



D 06

# Destacats del Sector de Promoció Econòmica

Memòria 2006



# Destacats del Sector de Promoció Econòmica 2006



	<b>Presentació de l'Alcalde</b>	<b>pàg. 5</b>
	<b>Presentació del Regidor</b>	<b>pàg. 7</b>
<b>1</b>	<b>Promoció Econòmica Exterior</b>	<b>pàg. 9</b>
<b>2</b>	<b>Promoció Econòmica Interior</b>	<b>pàg. 33</b>
<b>3</b>	<b>Comerç i Consum</b>	<b>pàg. 41</b>
<b>4</b>	<b>Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació</b>	<b>pàg. 53</b>
<b>5</b>	<b>Promoció de Turisme i Qualitat de Vida</b>	<b>pàg. 59</b>
<b>6</b>	<b>Ciutat del Coneixement</b>	<b>pàg. 65</b>
<b>7</b>	<b>Barcelona Activa</b>	<b>pàg. 69</b>
<b>8</b>	<b>Institut Municipal de Mercats de Barcelona</b>	<b>pàg. 77</b>
	<b>Organigrama</b>	<b>pàg. 85</b>

# Presentació

**Jordi Hereu**, Alcalde de Barcelona



Barcelona ha protagonitzat els darrers vint anys una profunda transformació que li ha aportat un reconeixement generalitzat en l'àmbit internacional. Aquesta transformació es basa en tres eixos fonamentals: la intervenció urbanística, el pas d'un model econòmic de base industrial a una economia avançada amb predomini del sector terciari i la innovació, i el consens i la cooperació entre els principals agents públics i privats de la ciutat, amb un fort lideratge del govern local. El treball en aquests tres àmbits, constant i adaptat a la realitat de cada moment, s'ha traduït en un augment del benestar i de la qualitat de vida dels ciutadans, que és el veritable objectiu del desenvolupament.

El camí no ha estat fàcil, però. Fa justament vint anys es creava Barcelona Activa, l'agència municipal de desenvolupament local. I es feia en un context de fortes dificultats econòmiques per a la ciutat, que patia una taxa d'atur superior al 20%, amb moltes empreses industrials immerses en un procés de forçada reconversió. Des d'aleshores aquesta societat municipal ha viscut un procés de creixement i diversificació que l'ha portat a comptar amb més d'un milió de participants en els seus programes i a acompanyar prop de 12.000 projectes empresarials. Persones i empreses que es resumeixen en una sola paraula: oportunitats. La tasca principal de Barcelona Activa és generar oportunitats i ho ha fet de manera tan imaginativa i eficaç, que ha esdevingut un referent internacional, especialment als països llatins, amb els quals s'han establert lligams de cooperació i transferència de saber fer (*know-how*).

La història de Barcelona Activa il·lustra amb claredat algunes de les claus de la transformació econòmica que ha experimentat Barcelona en aquestes dues dècades. Efectivament, amb la creació d'aquesta societat, la ciutat va ser pionera a comprometre's en la promoció de l'activitat econòmica més enllà de les seves competències tradicionals. I ho va fer amb sentit de futur, donant prioritat al foment de la creació d'empreses com a motor de la creació d'ocupació i procurant que aquestes iniciatives sortissin també de sectors socials en principi no destinats a l'activitat emprenedora. És a dir, democratitzant la iniciativa, els recursos i el suport perquè tothom amb una idea viable pogués portar-la a la pràctica.

Aquests segueixen sent els elements que defineixen l'actuació del sector de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona. Una intervenció decidida i proactiva en el desenvolupament econòmic de la ciutat, sigui captant empreses i professionals que vulguin instal·lar-s'hi, sigui impulsant la internacionalització de les nostres companyies, projectant la "marca Barcelona" a l'exterior o promovent ocupació en sectors de futur. I una visió estratègica que, a partir de la rica diversitat que caracteritza el nostre teixit productiu, posa l'accent en el foment de la innovació, el coneixement i la creativitat, és a dir, en els factors que són determinants de la competitivitat de les economies avançades en el segle XXI.

Gràcies a aquesta tasca i a l'actuació del conjunt dels agents econòmics de la ciutat, avui Barcelona no només està prop de la plena ocupació -després d'una expansió que l'ha portat a assolir un màxim històric de llocs de treball- sinó que s'ha posicionat entre les àrees urbanes més atractives d'Europa, amb una forta projecció internacional. El balanç dels darrers anys és, en aquest sentit, clarament positiu, i la present publicació posa de manifest que el 2006 ha suposat un nou pas endavant dins d'aquest procés.

Us convido, per tant, a consultar aquesta publicació, que proporciona informació detallada sobre les activitats desenvolupades pel sector de Promoció Econòmica a tots aquells interessats en l'evolució recent i les perspectives de l'economia de Barcelona.

# Presentació

**Jordi Portabella**, Segon Tinent d'Alcalde de Barcelona  
i President de la Comissió de Promoció Econòmica,  
Ocupació i Coneixement de l'Ajuntament de Barcelona



Per segon any consecutiu presentem la publicació Destacats de Promoció Econòmica, que fa una síntesi completa i sistemàtica de la tasca i activitats desenvolupades en el transcurs de l'any, des dels diversos àmbits del sector de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona.

L'any 2006, en un context favorable a nivell mundial en que les economies catalana i de l'estat seguien gaudint de la fase expansiva més llarga de la seva història recent, l'economia de Barcelona ha evolucionat també amb un formidable dinamisme. Així ens ho mostren els principals indicadors sobre el nivell d'activitat, el mercat laboral, infraestructures claus com el port i l'aeroport, la Fira, el sector turístic, el sector exterior o la inversió estrangera.

Amb aquesta evolució, Barcelona ha seguit consolidant la posició internacional com a ciutat atractiva per a la localització d'activitat econòmica que ha assolit en els darrers anys. En aquest sentit, és significatiu que l'any 2006 hagi estat considerada per primera vegada la quarta millor ciutat d'Europa per a fer-hi negocis -només superada per referents tan indiscutibles com Londres, París i Frankfurt- i també la que més ha progressat, segons l'enquesta anual realitzada per una prestigiosa consultora entre els executius europeus.

La consolidació de Barcelona com a centre de negocis ve acompanyada per un posicionament extraordinàriament favorable en l'àmbit del turisme urbà internacional i uns nivells de qualitat de vida que, any rere any, es reconeixen com els més elevats d'Europa. Tots aquests aspectes constitueixen eixos complementaris que configuren l'atractiu de la ciutat i generen abundants sinèrgies, com ho il·lustra l'exemple emblemàtic de l'activitat congressual, un dels àmbits on la millora de Barcelona ha estat més espectacular en els darrers anys.

El 2006 ha representat també una fase particularment dinàmica pel sector de Promoció Econòmica de l'Ajuntament, des del qual hem treballat intensament per a consolidar i millorar el posicionament i la projecció assolits per Barcelona. El govern municipal segueix estant profundament compromès en la dinamització de l'economia barcelonina, i vincula la promoció econòmica a tot un model de ciutat on la barreja d'usos, l'equilibri entre activitats madures i sectors emergents i la cohesió social són trets irrenunciables. Bones mostres d'aquesta orientació són la modernització dels mercats de la ciutat, la continuïtat i intensificació de la política d'eixos comercials, o la celebració de l'any temàtic del Comerç amb objecte de reconèixer el paper clau d'un dels sectors econòmics amb més tradició a la ciutat i donar un nou impuls a aquesta activitat generadora de negoci, llocs de treball i integració urbana i social.

Les petites i mitjanes empreses són, des de fa anys, objectiu d'especial atenció per part del sector de Promoció Econòmica, com correspon al seu pes predominant en el teixit econòmic de la ciutat. El 2006 hem volgut reforçar i donar un caràcter institucional a aquesta línia d'actuació, amb la signatura d'un conveni-marc de col·laboració amb PIMEC que donarà lloc a tot un seguit d'iniciatives molt diverses orientades a avançar en el coneixement i impuls de les petites i mitjanes empreses.

Partint de la sòlida base productiva i empresarial que disposa la ciutat, des del sector treballem per a projectar-la cap al futur, promovent una economia on el coneixement i la creativitat siguin eixos transversals de la competitivitat. En aquest sentit, cal esmentar el bon ritme de desenvolupament del projecte 22@bcn -peça clau d'aquesta estratègia- que ha atret prop de 28.000 treballadors a Poblenou en els darrers cinc anys. Com també l'entrada en funcionament, durant l'any, del Parc de Recerca Biomèdica, una infraestructura científica de primer nivell que reforça l'aposta de Barcelona d'esdevenir una àrea de referència en l'àmbit de la biotecnologia a nivell europeu.

A partir del teixit empresarial divers i del sòlid posicionament internacional que ha assolit la ciutat, esperem que Barcelona sabrà fer un nou salt qualitatiu en innovació i coneixement per tal de consolidar una economia avançada, capaç de convergir amb les regions capdavanteres d'Europa i que alhora faci arribar al conjunt de la ciutadania, les oportunitats que es deriven del creixement econòmic.



1

# Promoció Econòmica Exterior

## 1. Captació de més activitat econòmica exterior

Una de les prioritats de Promoció Econòmica Exterior és atreure cap a Barcelona empreses estrangeres amb sentit de futur, professionals i emprenedores, amb talent i capacitat d'innovar.

S'organitzen accions de promoció a diferents mercats internacionals per donar a conèixer els atractius que ofereix Barcelona i el seu entorn a tots aquells que vulguin invertir o fer negocis.

### 1.1. Business bridges

Els ponts empresarials són una iniciativa desenvolupada conjuntament amb l'Àrea d'Internacionalització de la Cambra de Comerç de Barcelona, amb la col·laboració d'altres entitats o institucions. Tenen tres objectius principals: establir contactes comercials i de negoci; promoure Barcelona i les seves empreses a l'exterior; i estudiar nous models de desenvolupament econòmic i empresarial.

L'any 2006 es van organitzar 4 business bridges (ponts empresarials) a Buenos Aires (Argentina) i Dubai (Emirats Àrabs Units), i també es va participar en dos ponts d'innovació tecnològica a Monterrey (Mèxic) i Bangalore (Índia).

Segons les enquestes de satisfacció realitzades entre les empreses participants, la valoració dels Business Bridges és molt positiva. Un 90% de les empreses consideren que els objectius s'han assolit molt satisfactòriament, sent 9.6, la mitjana de contactes que cada empresa ha realitzat. Per altra banda, el 17% de les empreses confirmen que tindran perspectives reals de negoci, i un 55% valoren globalment el mercat visitat de forma molt satisfactòria.

Alguns exemples de resultats obtinguts han estat els contractes de comandes signats per les empreses Astral Pool i Figueras Internacional Seating SA a Dubai, així com Polyphonic HMI a India, juntament amb la compra d'una empresa d'aquest país per part de la companyia catalana SIT Consulting.

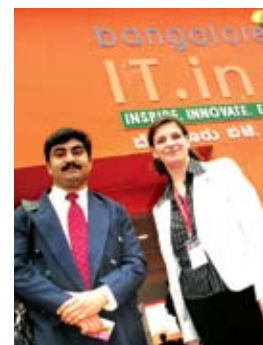
### 1.2. Missions de prospecció econòmica

Les missions de prospecció, a diferència dels Business Bridge, estan organitzades únicament per Promoció Econòmica, tot i que normalment es treballa en col·laboració amb altres entitats o institucions, tant de les nostres administracions amb presència al país de destí (COPCA, Oficines comercials de les ambaixades, etc.), com de les pròpies del país de destí.

S'han portat a terme 4 missions de prospecció econòmica a Tel Aviv i Jerusalem (Israel), Ramallah (Cisjordania), i a Shanghai (Xina). Aquestes missions estan organitzades exclusivament per Promoció Econòmica, tot i que normalment es treballa en col·laboració amb altres entitats o institucions. L'objectiu és promoure Barcelona com entorn atractiu pels negocis, el turisme i l'activitat econòmica, així com fer prospecció d'altres mercats i analitzar les ciutats i àrees econòmiques que es visiten.

### 1.3. Fires internacionals

El 2006 es van seleccionar les següents 10 fires per la seva rellevància i interès sectorial i estratègic: World Wide Torino (Torí), CEBIT (Hannover), SECA (París), Transpotec Logitec (Milà), Shared Services Week (Amsterdam), Global City Congress (Lió), CIFIT (Xiamen), CHTF (Shenzhen), Bangalore IT.in (Bangalore), i World SME Expo- Innovation Design Expo (Hong Kong).



#### 1.4. Convenis de cooperació econòmica internacional

Barcelona és una ciutat oberta al món que participa en diferents xarxes i acords internacionals. En l'àmbit de la promoció i cooperació econòmica, es van signar convenis amb Dubai i Shanghai.

#### 1.5. Seminaris i presentacions de Barcelona, participació en fòrums i conferències internacionals

Promoció Econòmica ofereix presentacions “a mida” a delegacions estrangeres d'àmbit econòmic que s'interessen pel nostre model de desenvolupament i les oportunitats d'inversió. També s'organitzen seminaris d'inversions i es

participa en conferències i fòrums especialitzats de promoció econòmica i desenvolupament empresarial. Destaquen, entre altres, la participació a Lió dintre del marc del Global City Congress, així com als fòrums internacionals, en col·laboració amb altres institucions de Barcelona a Llatinoamèrica, de Medellín (Colòmbia), Lima i Trujillo (Perú), i Monterrey (Mèxic). Totes aquestes presentacions són un instrument molt útil per promocionar Barcelona com a entorn atractiu pels negocis i les inversions. L'any 2006, més de 3.000 persones van assistir a aquest tipus de presentacions.

A continuació s'inclou el quadre resum amb alguns exemples de presentacions significatives:

Empresa/Institució	País	Núm. persones	Tema del seminari/presentació
Tampere International Business Office/	Finlàndia	6	Estratègies de captació d'inversió estrangera a Barcelona
Casa Àsia	Xina	11	Oportunitats d'inversió a Barcelona
Upsala University	Suècia	25	Success Factors in Urban Branding
Ajuntament de Torí	Itàlia	50	The 1992 Olympics. The urban transformation of Barcelona and its international enhancement
Hwa Wei i ZTE Telecoms	Xina	20	Promoció econòmica i oportunitats de negoci a Barcelona
Cambra de Comerç Israel-Espanya	Israel	60	Business opportunities in Barcelona
Ajuntament de Medellín i Govern d'Antioquia	Colòmbia	70	Internacionalització de les empreses locals i regionals per afavorir el desenvolupament de la ciutat i la regió
Agència Promoció Econòmica Sevilla Global	Egipte	150	Creating tools for Local Economic Development
Ajuntament de Barcelona i Cambra de Comerç	Argentina	140	Oportunitats de negoci a Barcelona
Local Union of Municipalities & Communities of Larissa	Xipre	28	Relacions Internacionals i Promoció Econòmica Exterior
Promoció Econòmica Inner Mongòlia	Xina	13	Presentació Econòmica de Barcelona
Ajuntament de Barcelona i Cambra de Barcelona	Dubai	110	Business opportunities in Barcelona
Global Cities	França	130	El model de desenvolupament econòmic de Barcelona: innovació i desenvolupament sostenible
HILCOD	Perú	150	Desenvolupament econòmic i turisme a Barcelona
HEC, Grande École	França	47	Presentació Econòmica de Barcelona
Manchester Business School MBA	Anglaterra	25	Presentació Econòmica de Barcelona
Ajuntament de Barcelona	Xina	100	Barcelona, la porta d'Europa
Conaco	Mèxic	270	Presentació Econòmica de Barcelona

Empresa/Institució	País	Núm. persones	Tema del seminari/presentació
IPLOCA	Espanya	300	La transformació de Barcelona des dels Jocs Olímpics fins l'actualitat
EPIC	Itàlia	80	El model de Barcelona, una ciutat densa amb urbanisme d'usos mixtes
Shenzhen Transfer Center	Xina	45	Business opportunities in Barcelona
Ajuntament de Barcelona i Cambra de Barcelona	Índia	60	Exploring opportunities in the IT sector: the IT sector in Barcelona
Taitra	Taiwan	45	Oportunitats de negoci a Barcelona
Ajuntament de Madrid	Espanya	60	City Marketing of Barcelona
Parc d'Innovació La Salle	Mèxic	100	L'impuls de la innovació des de l'Administració Pública
World SME Expo Innovation & Design Expo	Hong Kong	150	Business Opportunities in Barcelona, the Barcelona Model

## 2. Gestió de projectes d'inversió i fidelització del teixit empresarial existent

Un dels objectius és ajudar a les empreses i professionals a decidir que Barcelona és la millor opció per fer negocis, i a facilitar la seva implantació. Una part important de la feina regular de l'equip de Promoció Econòmica és atendre les consultes d'inversions internacionals i de professionals i institucions que volen instal·lar-se o fer negocis a la ciutat, a través del servei Barcelona Negocis. Aquestes consultes s'han atès tant a través d'Internet, mitjançant la bústia de la nostra web (online), com a través d'entrevistes personalitzades a les nostres instal·lacions (onsite).

Les accions realitzades en aquest àmbit es resumeixen amb els següents indicadors:

- 1- El servei Barcelona Negocis
- 2- Consultes online
- 3- Consultes presencials
- 4- Projectes d'inversió gestionats
- 5- Organització d'agendes de negoci
- 6- Promoció i captació de seus i congressos

### 2.1. El servei Barcelona Negocis

Barcelona Negocis és un servei d'informació i

suport a inversors internacionals, institucions i professionals interessats en instal·lar-se o fer negocis a la nostra ciutat.

La nova imatge del servei s'emmarca en la creació del nou web de Barcelona Negocis ([www.bcn.cat/barcelonanegocis](http://www.bcn.cat/barcelonanegocis)).

Durant l'any 2006 i després d'un llarg i complex procés, es van finalitzar els treballs tècnics per tenir el nou web. En concret, es va acabar la plataforma tecnològica basada en Vignette i el disseny del portal que estarà en la línia de la imatge corporativa municipal.

Així mateix, l'equip de Promoció Econòmica va treballar en l'actualització dels continguts i en la selecció amb cura dels documents i dels enllaços de cada un dels apartats. A finals de l'any s'estava treballant en la introducció d'aquests continguts i en la seva traducció. El nou web es va llançar a l'abril del 2006.

Durant el primer trimestre del 2006 es va mantenir accessible l'antic web per donar servei als nostres usuaris. A continuació es presenten les estadístiques d'ús al llarg del 2006 (dades corresponents als mesos d'abril a desembre):

Estadístiques d'accés al web	Total 2006
Hits (accessos amb èxit)	191.869
Hits (promig diari)	2.089
Visites usuaris	58.348



## 2.2. Consultes online

Durant l'any 2006, l'equip de Promoció Econòmica va donar resposta a un total de 367 consultes a través del web, que representa un increment d'un 72% respecte el 2005, amb un promig setmanal de 7 consultes. Entre aquestes, destaquen les relatives a proporcionar informació econòmica i sobre sectors d'activitat

de la ciutat (16.6%) així com informació relacionada amb l'entorn administratiu, tràmits i legislació (14.2%). Addicionalment, prenen especial rellevància les consultes sobre creació i instal·lació d'empresa (16%)

Pel que fa a la procedència de les consultes, per zones geogràfiques, el 54% corresponen a consultes del propi estat espanyol, i el 46% són internacionals. Dintre d'aquest grup, el 42% són consultes procedents de països europeus i un 26% provenen de països d'Amèrica Central i del Sud.

Consultes per zones geogràfiques	Total 2006	% 2006
Nacionals	198	54,0
Internacionals (veure detall):	169	46,0
Europa	71	42,0
Amèrica del Nord	14	8,3
Amèrica Central i del Sud	44	26,0
Àsia	14	8,3
Altres	26	15,4
<b>Totals</b>	<b>367</b>	<b>100</b>



## 2.3. Consultes presencials i projectes d'inversió gestionats

En alguns casos els inversors internacionals ens contacten directament o, un cop establert un primer contacte online, es decideixen a venir a Barcelona per estudiar de prop les seves oportunitats de negoci o per tirar endavant els seus projectes.

En aquests casos donem suport a la implantació en reunions de treball i assessorament especialitzat. Durant l'any 2006, els nostres serveis onsite van atendre 132 consultes, que representa un increment d'un 21% respecte el 2005, amb un total de 397 persones ateses de forma presencial a les nostres oficines.

Consultes presencials	Consultes	Persones ateses
1r trim. 06	51	124
2n trim. 06	46	123
3r trim. 06	20	79
4t trim. 06	15	71
<b>Total</b>	<b>132</b>	<b>397</b>

D'aquestes consultes es deriven els projectes d'inversió que, durant el 2006 han estat 15, i han suposat una inversió aproximada de més de 14 milions d'euros amb una creació d'uns 1100 llocs de treball.

Actualment hi ha uns 24 projectes d'inversió més que es troben en curs, en fase d'estudi i

pendent d'execució per l'any 2007. Aquests projectes estan representats pels sectors d'alimentació i nutrició, centres de serveis, telecomunicacions, productes mèdics, i aeronàutica, i procedeixen majoritàriament d'Estats Units, França, Anglaterra, Mèxic i Xina.

Seguidament, es resumeixen alguns dels exemples més significatius de la cartera de projectes d'inversions efectives, amb el nostre suport, durant el 2006:

Empresa	País origen	Sector/Activitat	Projectes d'inversió efectiva	Dates/Estat
KAZANA	França	Franquícia	Obertura primer establiment fora de França. Tenda de venda 0.5 milions d'euros en dos anys.	Inversió: Tardor 2005 Estat: operatiu
DUCASSE	Xile	Construcció, ferreteria, indústria del moble	100.000€ P.I. Can Cuyàs (nau de 1.100 m <sup>2</sup> + 300 m <sup>2</sup> d'altell) 3 staff	Inversió: gener 2006 Estat: operatiu
CARVANTIS	Holanda	Automòbil, leasing i gestió de flotes	Contact Centre 2 milions d'euros en cinc anys 20 agents en 1 <sup>a</sup> fase 150 treballadors en 2 <sup>a</sup> fase	Inversió: novembre 2005 Estat: amb proveïdors locals
EIMS (Enterprise Integrated Marketing Solutions)	UK	Serveis/ comercial soft/hard	Contact Centre 1,5 milions d'euros en 3 anys Nou centre pel sud d'Europa 40 treballadors qualificats	Inversió: Finals 2005 Estat: En ejecució
SITEL	Estats Units	Call Center Back Office Multilingüe	Nou hub i oficines centrals 500 nous llocs de treball previstos amb + 2 milions d'euros d'inversió en 8000 m <sup>2</sup> d'oficines al 22@	Inversió: Estiu 2006 Estat: En execució
AVIS	UK	Contact Center	Integració operacions per a tota Europa de 150 nous llocs de treball + 2 milions d'euros d'inversió + 400 m <sup>2</sup> d'oficines al World Trade Center	Inversió: Estiu 2006 Estat: En execució
COMPUTA CENTER	UK	Majorista Software Hardware informàtica	Trasllat del seu UK Shared Service Centre amb 150 posicions (1.5 milions d'euros) 3 milions d'euros en dos anys	Inversió: Estiu 2006 Estat: en execució
CEI Network	Estats Units	Automòbil Gestió sinistres i grans flotes	2 <sup>a</sup> fase Contracte de prestació de serveis de Contact Center amb un proveïdor local 100 ocupats pel mercat UE	Inversió: En curs Estat: operatiu amb <i>infogrup</i>
CCIC	Xina	Oficina de certificació	Oficina de certificació dual import/export amb la Xina 150.000 d'euros per oficines i contractació de 4 tècnics	Inversió: En curs Estat: operatiu
CIXI HAOCHEN SHANGMAO	Xina	Plàstics	Importació de plàstics Lloguer de magatzem i contractació de personal	Inversió: En curs Estat: en execució
JINGOU SA	Xina	Agrari	Producció, compra i importació d'oli d'oliva	Inversió: Estiu 2006 Estat: en execució
ThyssenKrupp Airspace Systems	Estats Units	Manteniment Serveis Aeroportuaris	Taller i oficines de suport pel manteniment de serveis logístics al Prat (745 m <sup>2</sup> de taller + 175 m <sup>2</sup> d'oficines, 10 persones i 350.000 d'euros d'inversió inicial)	Inversió: Tardor 2006 Estat: operatiu
TAJIN	Mèxic	Alimentació	Oficina representació per la distribució de productes Mexicans (2 persones)	Inversió: Tardor 06 Estat: operatiu
VISTAPRINT	Estats Units	Diseny gràfic i	Centre europeu màrqueting 60 professionals, 2000 m <sup>2</sup> + 3 milions d'euros inicials	Inversió: Tardor 06 Estat: operatiu
Bayer Schering Pharma	Alemanya	Farmacèutica	Trasllat de Madrid a Barcelona de la filial espanyola Bayer Schering Pharma, per acollir sota el mateix sostre les unitats procedents de Schering a Madrid, amb 100 nous treballadors, i les de Química Farmacèutica Bayer de Barcelona, amb retenció de 300 treballadors	Inversió: Tardor 2006 Estat: operatiu

## 2.4. Organització d'agendes de negoci

Promoció Econòmica proporciona a les delegacions empresarials i institucionals estrangeres que visiten Barcelona, i a les empreses amb projectes d'inversió madurs, els contactes necessaris i l'agenda de negocis tancada per a optimitzar la seva visita a la nostra ciutat.

Durant l'any 2006 es van organitzar 20 agendes de negoci per diferents institucions i organismes internacionals, atenent a més de 200 persones. Continuen destacant, a l'igual que a l'any 2005, l'augment de visites de delegacions procedents de Xina, que mostren cada cop més un creixent interès per conèixer la realitat econòmica de la nostra ciutat.

Empresa / Institució	País	Nº	Actes Organitzats
Institut Català d'Energia	Xina	5	Presentació sobre el sector de l'energia a Catalunya i intercanvi d'experiències i coneixements sobre el mercat d'energia xinès
Ajuntament de Torí	Itàlia	6	Organització de reunions a Barcelona Activa, 22@, Barcelona Centre Disseny i UPC's Nexus Building – Programa Innova. Reunions per conèixer les polítiques de Promoció Econòmica
Wipro Technologies	Índia	2	Organització de 14 reunions amb Top-managers del sector de les Telecomunicacions i alts representants institucionals de Barcelona
Ajuntament de Sant Antonio (Texas)	Estats Units	15	Organització de visites a 22@bcn, presentació econòmica de Barcelona, i de la Bioregió
London Delivery Authority / Inspire Nation	Anglaterra	12	Organització de visites a 22@bcn, Barcelona Activa, Institut de l'Esport. Visita a l'Alcalde i presentació econòmica de la ciutat
Universit� Politecnico di Torino	Itàlia	25	Organització de visites al Port de Barcelona i a una empresa del sector logístic, presentació econòmica de Barcelona
Ministry of Planning and Investment of Vietnam	Vietnam	7	Organització de dues presentacions sobre l'aplicació i gestió de l'Agenda 21 a l'Ajuntament i a la Cambra de Comerç de Barcelona
International Space University (ISU)	França	3	Organització d'una agenda per tal de conèixer els requeriments per a la presentació de la candidatura de Barcelona en quant a l'organització de la Summer Session Program (SSP) l'any 2009. Visita a les instal·lacions de ISU a Estrasburg
Ajuntament de Dubai	EAU	9	Organització de diversos actes: signatura de l'acord d'agermanament entre les ciutats, visita al 22@bcn, així com al Departament d'Urbanisme de l'Ajuntament i diversos projectes mediambientals a la ciutat
Ajuntament de Barcelona -Promoció Econòmica-	Catalunya	11	Organització de diversos actes de promoció del sector de tecnologies mòbils i creació de continguts per la celebració del Congrés 3GSM el febrer de 2007
Parc d'Innovació Tecnològica i Empresarial de La Salle	Catalunya	5	Organització d'una visita al Parc d'Innovació per a empreses del sector software de Barcelona
Governació Província Shaanxi	Xina	6	Organització d'una trobada amb el Segon Tinent d'Alcalde, Jordi Portabella
Ministeri d'Aigües de Xina	Xina	6	Organització d'una trobada amb l'empresa Aigües de Barcelona (Agbar) per conèixer el sistema de purificació d'aigües de la ciutat
Ministeri d'Indústria i Comerç/ Cambra de Comerç de la República Txeca	República Txeca	19	Suport en l'organització d'agendes de negoci per 3 empreses txeqües en els sectors de material ferroviari, equips de ràdio-telecomunicacions, maquinària per recollida selectiva residus i neteja
Grup Air France / KLM	França	40	Suggeriment de sales per reunions de negoci privades, suport en la reserva d'espai i actes culturals, idees de museus, restaurants i altres espais de lleure de la ciutat
Departamento Comercio Exterior	Argentina	18	Organització de visites i reunions a 22@, Barcelona Activa, el Campus Científic i Tecnològic de la Universitat Autònoma de Barcelona, la UB i UPC, així com suport en l'organització d'agendes de negoci per 6 empreses argentines del sector TIC.
The Design Laboratory	Anglaterra	4	Assessorament en la instal·lació d'un centre artístic multidisciplinari i organització d'una visita a 22@bcn per a una possible ubicació del seu futur espai

Empresa / Institució	País	Nº	Actes Organitzats
CHTF Transfer Center	Xina	2	Organització de visites i reunions a Fira de Barcelona, Universitat La Salle, l'empresa Agbar, 22@ bcn, Universitat Politècnica de Catalunya i l'Ajuntament de Barcelona
Subsecretaria de Turisme	Argentina	3	Organització de visites amb representants de Turisme de Barcelona
International Space University (ISU)	França	7	Organització de visites i reunions a Baie, UPC, Campus Nord i Edifici Vertex, UPC Terrassa, Superordinador Marenostrum, Institut d'Estudis Espacials de Catalunya (IEEC), UAB, Observatori Fabra, Cosmocaixa i Ajuntament de Barcelona

## 2.5. Promoció i captació de seus i congressos

Dins d'aquesta línia estratègica també treballem per atreure cap a Barcelona noves seus internacionals de multinacionals, congressos o institucions, que aportin professionals i emprenedors amb talent i capacitat d'innovació. En aquest sentit, durant l'any 2006 destaquen les accions per atreure les seus de l'Autoritat de Supervisió del Sistema de Navegació Global per Satèl·lit Galileo (GNSS Supervisory Authority - GSA), la candidatura per la Summer Sessions Program de la International Space University (ISU) i del Congrés de telefonia mòbil 3GSM.

## 3. Estudi, anàlisi i promoció de la realitat econòmica de Barcelona

Només coneixent la realitat econòmica de l'àrea de Barcelona es podrà establir i definir les accions pel seu desenvolupament. Per això cal mantenir i fer el seguiment d'una base de dades i indicadors de conjuntura econòmica, realitzar informes i estudis sectorials o enquestes a les empreses i/o agents econòmics de Barcelona.

### 3.1. Publicacions i materials promocionals propis

A part d'analitzar la realitat econòmica, també cal projectar-la, comunicar-la i promocionar-la. Per això, hem d'elaborar publicacions, estudis, fulletons, vídeos, o altres materials de promoció que ens ajudin a explicar les potencialitats econòmiques, oportunitats de negoci, i projectes de la ciutat.

### Barcelona Bones Notícies

Revista trimestral que recull les principals notícies de caire econòmic de l'àrea de Barcelona, en 3 idiomes (català, castellà, anglès). Durant l'any 2006 es van publicar tres números (36,37 i 38).

### Barcelona en Xifres 2006

Publicació amb els principals indicadors d'activitat, sectors econòmics, dades turístiques, infraestructures, mercat immobiliari, projectes d'inversió a la ciutat, rànquings, etc. Es presenta en quatre idiomes: català, castellà, anglès i xinès.



### Barcelona una bona inversió

Guia pràctica per fer negocis a la ciutat, editada juntament amb CIDEM. S'inclou informació sobre els principals indicadors econòmics, localització i mercat immobiliari, fires i congressos; i tràmits a seguir per posar en marxa una activitat empresarial a Barcelona. Es presenta en tres idiomes: català, castellà i anglès.



### Díptic: 10 Raons per invertir a Barcelona

Díptic adreçat específicament a l'inversor xinès, amb una exposició dels principals actius de Barcelona, com a ciutat de negocis.

### Díptic Promoció Exterior

Díptic per presentar les oportunitats econòmiques de la ciutat i els serveis de suport oferts des de la Direcció de Promoció Econòmica per les empreses que vulguin instal·lar-se o fer negocis a



la ciutat. Aquest díptic es presenta en quatre idiomes: català, castellà, anglès i xinès.



**Barcelona Centre Competència Internacional**  
Tríptic que presenta els avantatges de la ciutat per localitzar els serveis de valor afegit oferts per les empreses. Es presenta en quatre idiomes: català, castellà, anglès i francès.

#### **Observatori de Barcelona 2006**

Comparativa dels principals indicadors econòmics entre Barcelona i les principals ciutats europees i del món. L'objectiu és ser un document de referència per situar Barcelona en el context europeu i mundial com a ciutat competitiva des de la perspectiva econòmica. Editat juntament amb la Cambra de Comerç de Barcelona, en català, castellà i anglès.



**Segon Observatori de la Dieta Mediterrània**  
L'Observatori de la Dieta Mediterrània (ODM), una iniciativa conjunta promoguda per la Fundació per al Desenvolupament de la Dieta Mediterrània i l'Ajuntament de Barcelona, vol ser un projecte de caràcter multisectorial, ja que per la seva pròpia naturalesa, la temàtica tractada engloba camps tan diversos com els de la nutrició i l'alimentació, l'economia -indústria agro-alimentària i sector primari-, la salut i l'epidemiologia, la gastronomia, l'educació o la cultura.



#### **Barcelona, ciutat de treball**

Guia que recull tots els recursos, eines, serveis i equipaments que necessiten les persones que busquen feina, les que volen millorar professionalment, i les que volen crear o fer créixer una empresa. La guia ha estat realitzada per l'Ajuntament de Barcelona, a través del sector de Promoció Econòmica, l'Agència de Desenvolupament Local, Barcelona Activa, i 22@.

#### **DVD Barcelonians**

DVD promocional de Barcelona, amb testimonis de professionals estrangers instal·lats a la ciutat. Editat en català, castellà, anglès, francès, xinès i vietnamita.

#### **Dossier sectorial sobre TIC a Barcelona i Catalunya**

Descripció detallada sobre el sector de les tecnologies de la informació i la comunicació a Barcelona i Catalunya. Editat conjuntament amb CIDEM, 22@bcn i Cambra de Barcelona, es presenta en tres idiomes: català, castellà i anglès.

#### **Barcelona Air Route Development Committee -CDRA-**

Publicació realitzada conjuntament pel Comitè de Desenvolupament de Rutes Aèries format per la Generalitat de Catalunya, la Cambra de Comerç de Barcelona, Aena, GPA i l'Ajuntament de Barcelona. Presentació econòmica de Barcelona per captar noves rutes aèries intercontinentals a l'aeroport del Prat. Editada en anglès.

#### **Destacats Promoció Econòmica Exterior 2006**

Resum de les principals accions de Promoció Econòmica Exterior, Business Bridge, presència a fires, viatges de prospecció, presentacions a l'exterior, seminaris, accions de comunicació, publicacions, etc. Editat en català.

### **3.2. Accions de comunicació internacional**

Durant l'any 2006 s'han inserit anuncis en diverses revistes especialitzades i diaris estrangers per promocionar la marca Barcelona i associar-la als negocis i inversions internacionals.

#### **Fortune Europe**

Revista d'àmbit internacional especialitzada en economia i inversions internacionals. Es publica

mensualment i va adreçada a executius de les empreses top 500, Pymes, consultors, governs, IPAs, etc.

Faldó amb l'anunci de col·laboració de l'Ajuntament de Barcelona en el Congrés 3GSM, el 3 de febrer de 2006.

#### **La Nación**

Diari argentí de premsa general. Anunci a ½ plana de Business Bridge juntament amb Cambra de Comerç de Barcelona, el 23 de març de 2006.

#### **Gulf News**

Diari d'informació general a Dubai, en anglès, adreçat a la comunitat internacional dels Emirats Àrabs Units. Inserció de dos anuncis de ¼ de pàgina en color i en anglès, pel Business Bridge Barcelona-Dubai, juntament amb Cambra de Comerç de Barcelona, els dies 25 i 26 d'abril de 2006.

#### **Al Khaleej**

Diari d'informació general a Dubai en anglès adreçat a la comunitat àrab i internacional de tots els Emirats Àrabs Units. Inserció de dos anuncis de ¼ pàgina en color i en anglès, pel Business Bridge Dubai-Barcelona, juntament amb la Cambra de Comerç de Barcelona, els dies 27 i 28 d'abril de 2006.

#### **Shanghai Morning Post**

Diari d'informació general de Shanghai en xinès. Inserció d'un anunci de 1/2 pàgina en blanc i negre, referent a la Missió empresarial a Shanghai, el 18 de juliol de 2006.

#### **Financial Times**

Diari d'àmbit internacional, versió digital en web, adreçat a executius de les empreses top 500,

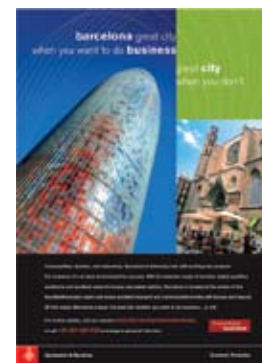
Pymes, consultors, governs, IPAs, etc, amb 265.000 lectors europeus. Es van inserir 450 mil aparicions en banner amb el logo de "Barcelona, una bona inversió" durant els mesos d'octubre, novembre i mitjans de desembre de 2006.

### **4. Col·laboració i impuls de plataformes públicoprivades i de sectors estratègics**

Barcelona ha detectat diversos sectors econòmics en els quals té un avantatge competitiu respecte d'altres ciutats, són activitats amb un component alt de valor afegit i amb gran potencial de creixement futur.

Des de l'Ajuntament, ja fa molt anys que s'intenta potenciar aquests sectors econòmics que es consideren estratègics per l'economia de l'àrea de Barcelona i es per això que s'ha impulsat la creació de diverses plataformes de col·laboració pública i privada amb les quals s'engloben empreses, entitats professionals, institucions i administracions. Aquestes plataformes tenen l'objectiu de definir una estratègia comuna de dinamització del sector econòmic, reunits sota la marca paraigua de Barcelona.

Barcelona compta actualment amb 10 plataformes integrades per empreses i administració de col·laboració públicoprivades en sectors econòmics que es consideren estratègics i de futur. Aquest sectors són: l'activitat logística, mèdica, universitària, financera, el desenvolupament de la dieta mediterrània, el disseny, el medi ambient, el turisme, l'aeronàutica i l'espai, i el sector digital. Les plataformes, que tenen formes jurídiques diverses (associacions, fundacions, consorcis), defineixen una estratègia comuna de dinamització



dels respectius sectors d'activitat sempre englobats sota la marca paraigua de Barcelona.



Durant el 2006, s'ha treballat activament per impulsar la plataforma públic-privada del sector de biomedicina i ciències de la vida, treballant en la definició de les estratègies d'acció i els objectius a aconseguir.

A més a més, a finals del 2006 es va crear la Fundació Barcelona Free Software (FBFS), una entitat amb l'objectiu de fomentar la plataforma del sector del software lliure en l'àmbit català, adreçat principalment al teixit empresarial.

Des de Promoció Econòmica Exterior, es dona suport a aquestes plataformes sectorials, dinamitzant aquelles que tenen menys activitat i recolzant els projectes de les que són més actives. Seguidament es detallen les principals activitats que cada organització ha destacat de l'any 2006.



 **Barcelona Aeronàutica  
i de l'Espai**  
[www.bcnaerospace.org](http://www.bcnaerospace.org)

#### **Celebració de la 5<sup>a</sup> Assemblea General i Nit dels Astronautes**

Acte obert a convidats del sector aeroespacial local, espanyol i internacional. Es va fer coincidir amb la celebració de La Nit dels Astronautes, esdeveniment de gran format que va comptar amb la participació de 9 astronautes europeus i al qual van assistir més de 3000 persones.

La Nit dels Astronautes va ser una iniciativa emmarcada en la Presidència de la ciutat de Barcelona de la Comunitat de Ciutats Ariane

(CVA) durant el bienni 2005-2006, en el qual BAIE va assumir la Secretaria General d'aquest organisme

La Presidència de la CVA va tenir com a esdeveniment final l'apadrinament d'un coet Ariane 5 ECA per part de la ciutat de Barcelona, que duia pintat a la còpia l'escut de la ciutat.

#### **Candidatura de la ciutat de Barcelona a la GALILEO Supervisory Authority (GSA)**

BAIE ha estat lluitant intensament durant els últims 3 anys per aconseguir que algun dels diferents centres de gestió i decisió del programa GALILEO, sistema propi europeu de posicionament global mitjançant una constel·lació de 30 satèl·lits, s'implanti a Barcelona.

Després de que el GALILEO Headquarters fos finalment assignat a la ciutat de Toulouse l'any 2005, BAIE va treballar intensament en col·laboració amb el Ministerio de Fomento, la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona i el Ministerio de Indústria, per preparar una sòlida candidatura a la seu de la GALILEO Supervisory Authority (GSA). Aquesta candidatura es va presentar el 6 de novembre de 2006 davant de la Comissió Europea, en competència amb 10 ciutats europees més.

#### **Creació del Comitè de Transport Aeri i Infraestructures de BAIE (BAIE CTAI)**

El Comitè de Transport Aeri i Infraestructures de BAIE (BAIE CTAI) té com a finalitat disposar d'una xarxa d'aeroports i aeròdroms equilibrada i suficientment desenvolupada. El Comitè, ha començat a treballar amb l'elaboració d'una llista detallada de les mancances i deficiències que estan implicant el correcte desenvolupament de les infraestructures i transport aeri a Catalunya.

Aquest document és el punt de partida per emprendre i defensar les necessàries accions, en coordinació amb els diferents agents implicats, que ens permetran tenir un sistema de transport aeri a Catalunya a l'alçada del Segle XXI.



**Barcelona Centre Universitari**  
[www.bcu.cesca.es](http://www.bcu.cesca.es)

#### **Consolidació del punt d'informació del BCU**

Des de l'obertura de les seves portes, el 9 de gener de 2006, el punt d'informació BCU ha atès, conjuntament amb la seva central de reserves, el *Barcelona Housing Service for Students*, un total de 12.237 sol·licituds d'informació (un 29% de manera presencial, un 37% via correu electrònic i la resta, un 34%, mitjançant el telèfon).

#### **Posada en marxa del programa d'activitats del BCU**

Durant l'any 2006, es va posar en funcionament el *Programa d'integració cultural i ciutadana per a estudiants universitaris estrangers*, que abasta diversos camps de la vida cultural i de lleure dels estudiants forans, en col·laboració amb diverses entitats de la ciutat. Turisme de Barcelona, Turisme de Catalunya, l'Institut del Paisatge Urbà i de la Qualitat de Vida, l'Institut del Teatre, l'Institut de Cultura de Barcelona, el Museu Nacional d'Art de Catalunya, el Museu d'Història de Catalunya, entre d'altres.

#### **El Punt d'Informació BCU s'integra a la xarxa de punts d'informació**

El Punt d'Informació del Barcelona Centre Universitari ha passat a formar part de la Xarxa Catalana d'Informació Juvenil gestionada per la Secretaria General de Joventut. Aquest fet permet un treball organitzat en xarxa a través

d'Internet, que facilita i posa en comú els diferents coneixements i recursos dels tècnics d'arreu del territori.



**Fundació  
Barcelona  
Digital**

**Barcelona Digital**  
[www.bcndigital.org](http://www.bcndigital.org)

#### **Celebració de l'Internet Global Congress (IGC)**

La vuitena edició del congrés de referència sobre Innovació i Coneixement a la Societat Digital en Espanya va comptar amb la participació de més de 3.600 congressistes acreditats el 2006, un increment del 38% respecte l'edició anterior. En el congrés van participar 25 conferenciants, professionals de reconeguda trajectòria provinents d'arreu del món.

D'altra banda, l'IGC2006 va acollir la quarta convocatòria dels Premis IGC a la Innovació Digital (que van rebre un total de 103 candidatures), així com la primera edició del Premi IGC Ciutat del Coneixement, subvencionat per la Regidoria de Ciutat del Coneixement de l'Ajuntament de Barcelona.

#### **Polígons en "Red - Plan Avanza"**

L'Entitat Pública Empresarial *Red.es* va adjudicar el mes de setembre a la Fundació, el concurs públic "Jornades de sensibilització i difusió dels usos de les tecnologies de la informació i les comunicacions en la petita i mitjana empresa".



La Fundació organitzarà seixanta jornades de sensibilització i difusió en l'ús de les TIC entre les pimes que es realitzaran a tot el territori espanyol. El desplegament de la iniciativa va començar el mes de novembre de 2006 i finalitzarà el desembre de 2007. Es preveu que participin en les jornades un mínim de 3000 empreses de totes les províncies espanyoles.

#### **Estudi "Adaptabilitat de caixers automàtics per a persones discapacitades" - Proposta de Normalització**

La Fundació Barcelona Digital va elaborar un estudi sobre les necessitats de millora dels caixers automàtics de les entitats financeres per fer-los accessibles a les persones discapacitades. Aquest estudi va comptar amb la col·laboració i el suport de "la Caixa", el Departament de Benestar Social i Família de la Generalitat de Catalunya, el Centre per a l'autonomia personal SIRIUS, de l'Institut Municipal de Persones amb Discapacitat, així com de l'ONCE.

#### **Assessorament tecnològic en el projecte d'implantació de la Recepta electrònica a Catalunya**

La Fundació Barcelona Digital va assessorar tecnològicament el Consell de Col·legis Farmacèutics de Catalunya (CCFC) en la implantació del projecte de recepta electrònica. En el futur, la dispensació de la recepta electrònica es realitzarà a través d'una xarxa privada del CCFC que disposa d'accés al sistema català de salut. Aquesta xarxa s'ha dissenyat amb criteris de xarxa bancària, i per tant, compta amb una alta disponibilitat, alta fiabilitat, alta seguretat i escalabilitat. Donades les seves característiques, la xarxa desplegada fins ara és única a Espanya, essent una iniciativa pionera de connexió de farmàcies.



**Fundació per  
Desenvolupament Dieta  
Mediterrània**  
[www.dietamediterranea.com](http://www.dietamediterranea.com)

#### **Col·laboracions i signatures de convenis marcs amb diverses institucions**

Durant l'any 2006, la Fundació per la Dieta Mediterrània (FDM) va signar un conveni de col·laboració amb el Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació (MAPA), pel qual es desenvoluparan una sèrie d'accions de promoció adreçades a la promoció dels productes mediterranis: Organització del VI Congrés Internacional de Barcelona sobre la Dieta Mediterrània, dins del marc del Saló Alimentària 2006 i participació en el *Foro Industrial de Pa i Pastisseria* (FIPP'06).

Per altra banda, es va signar un conveni marc entre la FDM i el Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca (DARP), per a la promoció de productes agro-alimentaris, així com amb PRODECA (*Promotora d'Exportacions Catalanes, SA*), amb la mateixa finalitat.

#### **Publicacions i altres accions de comunicació**

Des de la Fundació Dieta Mediterrània s'han editat diversos materials promocionals com un joc de cartes, el llibre *Gurmed* (amb la col·laboració de 10 cuiners i 20 personatges amants de la cuina), un Decàleg Infantil, la traducció i reedició del llibre "*How to eat well and stay well. The Mediterranean Way*" del Professor Ancel Keys, pare de la Dieta Mediterrània, així com els llibres "*La dieta mediterrànea en la sociedad actual*" i "*Dieta y migración*", i la segona edició de la publicació "Observatori Dieta Mediterrània".

Per altra banda, durant el 2006, la FDM ha participat en diversos programes de televisió i radio amb varies entrevistes i aparicions, així com a la sèrie documental de TV "la Dieta Mediterrània" que consta de 18 capítols d'una duració de 25 minuts cadascun.



**Barcelona Centre  
de Disseny**  
[www.bcd.es](http://www.bcd.es)

### Creació i llançament de la Barcelona Design Week (BDW)

Un nou esdeveniment de caràcter anual, la *Barcelona Design Week*, celebrada del 6 al 10 de Novembre, va estar dedicada al disseny i el seu valor estratègic en la economia actual. Amb el suport de la Cambra de Comerç de Barcelona, el Sector de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona, el CIDEM i el DDI-Ministeri d'Indústria, els objectius de la BDW són promoure Barcelona com a ciutat de creativitat, disseny i coneixement, fomentar un major coneixement del disseny i el seu valor estratègic i enfortir les relacions entre disseny i empresa en tots els àmbits

La primera edició de la BDW va finalitzar amb gran èxit de participació: prop de 400 persones, 26 ponents en 5 jornades temàtiques, i el compliment dels seus objectius.

Participació a la *Business of Design Week* a Hong Kong i a la fira *Innovation & Design Expo* BCD va participar a la *Innovation & Design Expo* (ID Expo) enmarcada en la *Business of Design Week* (BODW), i organitzada pel *Hong Kong Trade Development Council* (HKTDC) del 29 de novembre a l'1 de desembre de 2006. L'objectiu d'aquesta participació va ser facilitar a les

pimes un espai de presentació, en el mercat internacional, dels seus productes, serveis i/o solucions empresarials. Les empreses de serveis de disseny que exposen en aquesta segona edició de la fira són ADN Design i Carrera Design, i una tercera, EDDA Design, viatja en qualitat de visitant.

### Participació al projecte europeu *Composites-on-tour*

*Composites-on-Tour* és un projecte europeu, realitzat per vuit entitats europees (cinc centres de disseny, dues universitats i un centre de promoció de materials composite), que organitzen una sèrie d'esdeveniments relacionats amb aquests materials, en el context del programa *Science and Society* sobre "*Research, Technological Development and Demonstration*" de la Comissió Europea.

El concepte general del projecte és apropar la ciència i la tecnologia dels composites al públic en general, a través d'una iniciativa global que vincula ciència i disseny. En aquest sentit, es va organitzar un concurs internacional de disseny obert a tots els dissenyadors professionals d'arreu del món, sota el tema disseny de béns de consum que utilitzin materials composite d'una manera excel·lent i exemplar. El projectes guardonats i seleccionats seran presentats en una exposició itinerant que viatjarà per Europa durant l'any 2007.



**Turisme de Barcelona**  
[www.barcelonaturisme.com](http://www.barcelonaturisme.com)

### Promoció turística de la ciutat

S'han realitzat accions promocionals que inclouen viatges de familiarització (adreçats a agències de viatges i tour operators, a agències especialitzades en reunions i congressos així com



també als mitjans de comunicació). També s'han efectuat una sèrie de presentacions, visites comercials, presència en fires, participació en *workshops* i presentacions especials en mercats especialitzats, com pot ser el turisme de congressos, la gastronomia, etc., tant a mercats de proximitat com internacionals. Cal remarcar, a més, la promoció adreçada al consumidor final que es concreta a través de la pàgina web ([www.barcelonaturisme.com](http://www.barcelonaturisme.com)), la xarxa d'oficines d'informació turística i altres, com campanyes de publicitat i accions promocionals *ad hoc*.



#### **Promoció de l'Any de l'Alimentació, la Cuina i la Gastronomia, Any del Comerç i Picasso 2006 BCN**

Durant 2006, Turisme de Barcelona ha promocionat internacionalment les tres convocatòries oficials que ha organitzat la ciutat: l'Any de l'Alimentació, la Cuina i la Gastronomia (fins al mes de març), l'Any del Comerç i la proposta Picasso 2006 BCN. Així mateix, ha posat en valor determinats atributs turístics de la capital catalana, com el Museu Nacional d'Art de Catalunya, els nous edificis catalogats com a Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO i els exponents de la nova arquitectura a la ciutat, protagonistes parcials d'una exposició al MoMA de Nova York.

#### **Atracció Turisme de Qualitat**

Les línies mestres de l'acció del consorci persegueixen consolidar una oferta turística de qualitat, així com atreure un turisme amb



repercussió econòmica significativa a la ciutat. En aquest sentit, gestiona i comercialitza una sèrie de productes i serveis turístics que s'adrecen a aquesta tipologia de turisme que fa un consum responsable i respectuós de l'espai públic. Propostes com el Barcelona Bus Turístic, la Barcelona Card, els Barcelona Walking Tours i el Barcelona Bici, entre d'altres, responen a aquest objectiu. La gestió i explotació de productes i serveis genera el 85% dels ingressos de Turisme de Barcelona, un pressupost que es dedica íntegrament a la promoció de ciutat.



**Barcelona Centre Logístic**  
[www.bcncel.es](http://www.bcncel.es)

#### **Promoció Internacional**

En el camp de la promoció internacional gràcies a la col·laboració del COPCA i del departament de promoció econòmica del Ajuntament de Barcelona, Barcelona Centre Logístic, acompanyat de les principals empreses del sector, ha presentat Barcelona i Catalunya en les principals fires internacionals de logística, com la porta d'entrada al sud d'Europa. En aquest sentit, la Catalunya Logística ha estat present en: el SITL de París, Logitec de Milà, SIL de Barcelona i Transport-Logistic China a Shanghai.

#### **Millora de les connexions amb Europa**

L'altra gran tasca ha estat la participació i influència en la defensa dels nostres interessos, en quant connectivitat i transport, en el debat públic sobre la política de transports de la vall del Roina i el Llanguedoc-Rosselló, i en el que es fixen les prioritats en matèria d'infraestructures de transports per als propers 20 anys en el territori que ens ha de permetre la nostra connexió amb Europa.



**Barcelona Centre  
Mèdic**  
[www.bcm.es](http://www.bcm.es)

#### **Actuacions en l'àmbit de la promoció internacional**

Participació en diverses accions de promoció internacional, com el Business Bridge a Dubai, la Missió Empresarial a Tuníssia, el Congrés Mundial de Cardiologia i l'European Health Executive Program ambdós a Barcelona, i *Meditour 2006* a Antalya (Turquia), presència a les Fires *Moscow Medical Salon 2006*, *World Travel Market* a Londres, així com la Visita d'una delegació polític-empresarial russa a Barcelona amb organització d'una agenda de visites a clíniques i balnearis de l'àrea de Barcelona.

#### **Actuacions en l'àmbit de la promoció a nivell local, i en comunicació pública**

Durant l'any 2006 es van realitzar diverses accions de promoció i comunicació sobre Turisme de Salut i Mèdic com la conferència-dinar a Tribuna Barcelona, a Recoletos Turismo de Salut a Madrid, així com la participació al col·loqui de RAC1.

#### **Actuacions en l'àmbit de les institucions**

S'han portat a terme reunions amb les organitzacions patronals sanitàries per establir una proposta de col·laboració i actuacions conjuntes. Al mateix temps, es van establir contactes permanents amb totes les institucions dedicades a la promoció internacional, i s'ha treballat amb les persones de referència, per acordar actuacions i projectes: Cambra de Comerç, COPCA, Turisme de Catalunya, Turisme de Barcelona, Departament de Salut.

Altres accions han estat la formalització d'un nou Acord de Col·laboració amb La Caixa, així com la preparació d'un Acord Marc a signar entre totes les institucions i Barcelona Centre Mèdic per donar suport a l'actuació internacional dels serveis sanitaris de Barcelona (en procés de revisió a les diferents institucions).



**Fòrum Ambiental**  
[www.forumambiental.org](http://www.forumambiental.org)

#### **Expo CO2/SendeCO2**

Organització del primer congrés sobre mercats de CO2 que es va celebrar a Espanya i en el que es va presentar el Sistema Electrònic de Negociació de Drets d'Emissió de Diòxid de Carboni, CO2 - SENDECO2 que vol ser el punt de referència per als inversors del sud. Expo CO2, va permetre comptar amb les primeres figures i experts en els mecanismes econòmics que es deriven del Protocol de Kioto. Representà una oportunitat per a la trobada dels diferents actors que participen en aquest dinàmic procés de generació d'un mercat al voltant del CO2.

#### **Observatori de sostenibilitat i Informe Catalunya 2005**

Creació de l'Observatori de Sostenibilitat de Catalunya, on va participar la Fundació Fòrum Ambiental juntament amb la Càtedra UNESCO de la UPC i l'Institució Catalana d'Història Natural. La missió de l'Observatori és informar, alertar, diagnosticar i recomanar sempre a partir de l'avaluació de les dades disponibles.

Presentació de la cinquena edició de "l'Estudi del sector econòmic del medi ambient a Catalunya", que té com a base una enquesta a les empreses que realitzen activitats ambientals.



**expo CO2**







### **Llibre Blanc i Projecte ETER**

El "*Libro Blanco de Tecnologías de la Información aplicadas al sector Residuos Industriales*" ha posat de manifest la problemàtica respecte dels nivells d'informació existents en matèria ambiental i en concret a l'àmbit dels residus industrials. Una de les mesures prioritàries de l'estudi esmentat és la de la estandarització dels tràmits administratius a tot el territori.

Actualment s'està desenvolupant la segona part del *Libro Blanco*, l'anomenat *Proyecto ETER (Estandarización Tramitación Electrónica de Residuos)* a finalitzar a principis de l'any 2007.

### **Barcelona Centre Financer**

[www.bcn-centre-financer.es](http://www.bcn-centre-financer.es)

### **Noves normatives de contractació i control dels mercats de valors a Espanya i Europa**

Organització de diferents activitats com les conferències *Los mercados de valores y los sistemas de pago en Europa*, sobre la nova normativa a aplicar dins d'un sistema Europeu, ó l'exposició-col·loqui del projecte "*Codi Unificat de Recomanacions sobre el bon govern de les societats cotitzades*", relacionat amb la Comissió Nacional del Mercat de Valors i que es va aprovar a principis de 2006.

### **Saló Borsadiner i I Fòrum Mediterrani Internacional de Capitals-Inversió**

Organització i participació en la segona edició del Saló Borsadiner, Saló del Diner, la Borsa i altres Mercats Financers, amb una assistència d'uns 10.000 visitants, 27 expositors i més d'una dotzena de promotors, patrocinadors i entitats col·laboradores. Durant aquest saló es van tractar temes d'actualitat com les assegurances de dependència, l'hipoteca inversa o la gestió de crèdits.

Col·laboració en l'organització juntament amb la Cambra de Comerç de Barcelona i el Departament d'Economia i Finances de la Generalitat, de la jornada I Fòrum Mediterrani Internacional de Capitals-Inversió, amb l'objectiu d'incrementar les relacions entre els diferents agents econòmics de la zona mediterrània, i poder intercanviar experiències així com valorar oportunitats de negoci que es presentin amb l'obertura dels mercats l'any 2010 en els països del Magrib i Orient mitjà.

Presentació, conjuntament amb el holding *Bolsas y Mercados Españoles*, BME, del llibre *La creación del Mercado de Derivados Financieros*, de Josep Manuel Basañez i Domingo Sarsa.

### **Seguiment de propostes del conveni de col·laboració amb varies institucions i entitats bancàries**

A finals de 2005 es va signar a Madrid un conveni de col·laboració entre l'Ajuntament de Madrid, la Conselleria d'Economia de la Comunitat de Madrid, BBVA, Banc Santander, la Caixa, Latibex BME, Universitat Autònoma de Madrid, Associació Barcelona Centre Financer Europeu, Fundación de Estudios Financieros i Unespa per elaborar un estudi pel reforç de la competitivitat de la plaça financera.

### **Impuls a la BioRegió**

L'any 2006 es va crear la Fundació BioRegió, consolidant un procés que s'havia iniciat en els anys precedents gràcies al suport i tasques realitzades des de Promoció Econòmica. En aquest sentit, es va començar a treballar fa més de tres anys cap a la consolidació d'un nou sector estratègic a Barcelona i la resta de

Catalunya: les activitats relacionades amb la biomedicina i les ciències de la vida.



La BioRegió de Catalunya és un nou model de desenvolupament regional que neix amb la voluntat de contribuir

a la millora de la qualitat de vida dels ciutadans, mitjançant la coordinació de l'activitat en biotecnologia que es du a terme a Catalunya, principalment en els àmbits de les ciències de la vida i agroalimentari. L'objectiu és consolidar Catalunya com a referent internacional amb una recerca d'excel·lència, un teixit empresarial competitiu i un sistema de transferència de coneixement sòlid i dinàmic.

Les línies d'actuació estratègica seguides durant l'any 2006 han estat les següents:

#### Comunicació, promocions i relacions institucionals

S'ha organitzat i participat en una sèrie de jornades, actes promocionals i taules rodones, com ara: Coneix la BioRegió. Catalunya, referent biotecnològic internacional i *Barcelona Biotech Financial Forum*, entre altres; així com presència a fires i congressos (Biospain, Eurobio, Genesis, i Biocontact).

Per una altra banda, s'ha col·laborat amb la realització d'una sèrie d'accions de promoció i rodes de premsa junt amb altres institucions com el CIDEM, el Parc Científic de Barcelona, la UAB, l'ICEX, Promoció Econòmica de l'Ajuntament, Barcelona Activa, COPCA, Fundació Bosch Gimpera, etc, i també s'ha intervingut en programes de mitjans televisius.

#### Innovació

En aquest sentit, un dels primers objectius de la BioRegió ha estat conèixer de primera mà l'estructura, funcionament, experiències passades i situació actual d'altres bioregions. En alguns casos, algunes d'aquestes bioregions tenen situacions molt comparables amb Catalunya que les fan especialment interessants per a la BioRegió. En aquest marc, s'han estudiat els casos de Québec, Irlanda, Escòcia, Medicin Valley (Escòcia i Dinamarca) i Cambridge-Oxford.

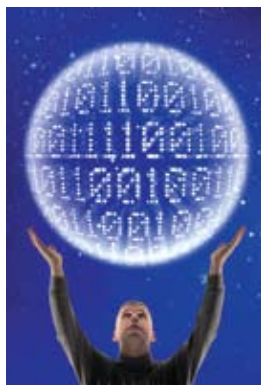
Per altra banda, una de les eines indispensables pel bon funcionament de la BioRegió, com un sector econòmic integrat, és el **mapa dels actors i competències**. Aquest mapa ha d'identificar i descriure l'estructura i les àrees de treball de cadascun dels grups de recerca i empreses que treballen en biotecnologia a Catalunya.

Finalment, s'ha donat suport a la candidatura de Barcelona com a seu de l'oficina Europea de la Iniciativa de Medicaments Innovadors (IMI). Es tracta d'una iniciativa que implica un esforç comú de l'Administració i la indústria farmacèutica Europees, per tal de millorar la competitivitat en el disseny i desenvolupament de nous fàrmacs.



## Impuls plataforma Fundació Barcelona Free Software

L'Ajuntament és promotor i patró fundador de la Fundació Barcelona Free Software (FBFS), juntament amb el Col·legi Oficial d'Enginyers en Informàtica de Catalunya (COEIC) i l'Associació catalana d'empreses pel programari lliure (CATPL). Fundada a finals del 2006, la FBFS és una entitat que té com a missió principal fomentar el software lliure en l'àmbit català, contribuint a la seva divulgació i expansió, sempre en col·laboració amb la comunitat del software lliure i amb totes les institucions de parla catalana, per a donar especial atenció al recolzament de l'idioma català.



El objectius de la Fundació pel Programari Lliure- Barcelona Free Software són:

- fomentar el programari lliure en l'àmbit català, contribuint a la seva divulgació i expansió a tot el món
- vetllar perquè totes les empreses, administracions i particulars puguin beneficiar-se dels avantatges que suposa l'ús del PL i els estàndards oberts
- col·laborar amb totes les institucions de parla catalana per incrementar la disponibilitat de programari en català.

## 5. Promoció dels vols transoceànics des de Barcelona

En l'àmbit de la logística i les comunicacions, les institucions de l'àrea de Barcelona han acordat treballar conjuntament per aconseguir vols transoceànics des del seu aeroport internacional de la ciutat, a través del Comitè de Desenvolupament de Rutes Aèries (CDRA).



El Comitè de Desenvolupament de Rutes Aèries (CDRA) va ser constituït, a principis de l'any 2005, per la Generalitat de Catalunya, la Cambra de Comerç de Barcelona, l'Ajuntament de Barcelona i Aena, amb l'objectiu d'impulsar el desenvolupament de nous enllaços aeris des de l'aeroport de Barcelona.

La Creació del CDRA respon a la voluntat de la comunitat empresarial i civil, de les autoritats locals i del mateix aeroport, de desenvolupar una xarxa de vols internacionals més adequat a les seves necessitats, i al potencial real de Barcelona.

L'aeroport de Barcelona ocupa en aquests moments la novena posició en el rànquing d'aeroports europeus quant al nombre de passatgers; té una xarxa consolidada de vols europeus i domèstics; i un potencial considerable per desenvolupar nous enllaços directes intercontinentals. En aquest sentit, la creació del CDRA, instrument de coordinació de les institucions catalanes i punt de contacte per a les companyies aèries nacionals i internacionals, permet afavorir l'establiment de nous serveis aeris amb Barcelona.

Durant el 2006, la tasca realitzada pel Comitè de Desenvolupament de Rutes Aèries ha contribuït a l'establiment de cinc nous vols intercontinentals a l'aeroport de Barcelona, ja que s'afegeixen als aconseguits durant l'exercici anterior.

### Noves Rutes Intercontinentals 2006

- Vols diaris a Nova York (Newark), amb *Continental Airlines*, durant tot l'any
- Dos vols setmanals a Buenos Aires, amb *Aerolíneas Argentinas*, durant tot l'any
- Dos vols setmanals a Bogotà amb *Avianca*, durant tot l'any
- Tres vols setmanals a Dubai amb *Emirates Sky Cargo*, durant tot l'any
- Tres vols setmanals a Singapur amb *Singapore*

Airlines, durant tot l'any amb escala tècnica a Milà

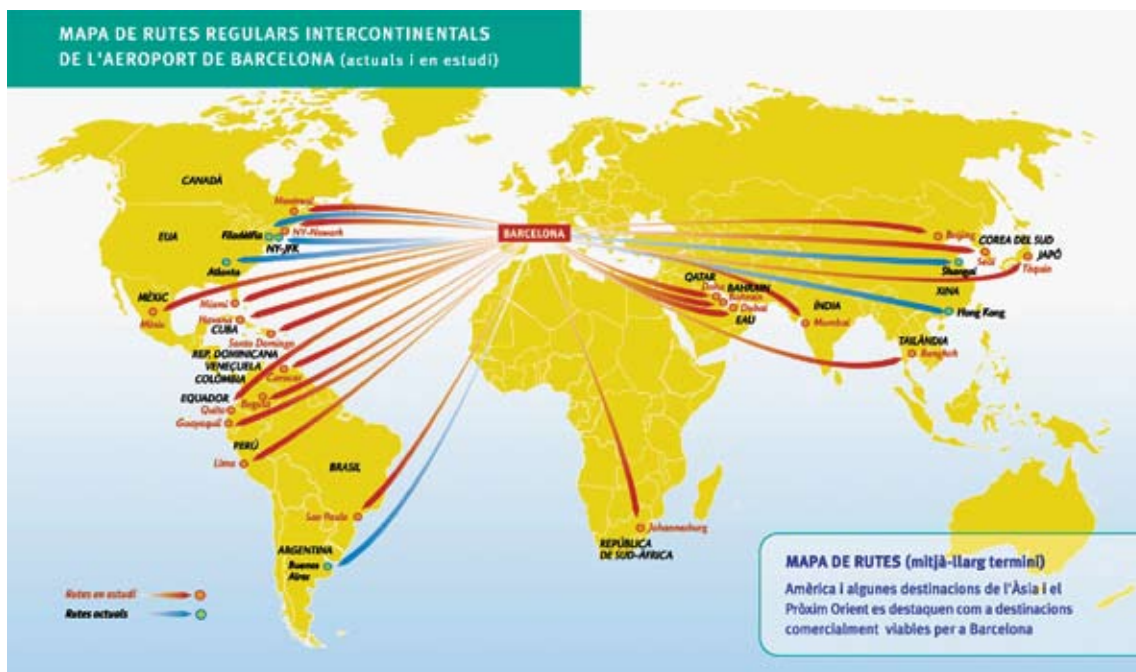
- Tres vols setmanals a Shenzhen amb *Jade Cargo International*, durant tot l'any

El CDRA ha estat en contacte amb aquestes companyies abans de la presa de decisió de l'establiment dels nous vols, i un cop anunciats, s'ha encarregat de l'organització d'accions de promoció per col·laborar en el seu llançament.

D'entre aquestes accions destaquen l'organització de rodes de premsa de presentació de les rutes, actes inaugurals coincidint amb el primer vol, actes

institucionals, així com la difusió a través de publicacions de les entitats que conformen el CDRA i d'altres mitjans de premsa.

Apart dels contactes establerts amb companyies aèries, en el marc de fires o missions comercials, durant el 2006, el CDRA ha estat molt proactiu en anar a buscar aquelles companyies que podrien cobrir els mercats potencials detectats, i ha mantingut reunions amb nombroses aerolínies, tant nacionals, com Iberia, Vueling o Clickair, com estrangeres -*Royal Air Maroc*, *Air Transat* o *Delta Airlines*, entre d'altres.



## 6. Reconeixement internacional 2006

La promoció econòmica internacional de Barcelona és una tasca que desenvolupen molts agents econòmics (la Cambra de Comerç, el Consorci de la Zona Franca, la Fira, Turisme de Barcelona, el Port, etc.) i moltes empreses de l'àrea de Barcelona. L'aportació de Promoció

Econòmica Exterior és, doncs, una peça més dins d'aquest conjunt.

La feina feta per totes aquestes institucions i empreses es va veure reflectida l'any 2006 amb una molt bona valoració de Barcelona en determinats estudis, rànquings, indicadors o competicions internacionals elaborades per



consultores o entitats independents de prestigi. Així doncs, Barcelona se situa en posicions destacades que qualifiquen molt favorablement la seva realitat urbana, la seva capacitat d'atracció de capital estranger, el seu caràcter emprenedor pels negocis i la qualitat de vida que s'hi gaudeix.

A continuació presentem alguns resultats recollits per l'Observatori de Barcelona i basats en diferents estudis realitzats per diverses consultores i institucions internacionals que han analitzat un ampli ventall de paràmetres, com ara el producte interior brut per càpita, relació qualitat-preu de les oficines, marc polític i fiscal, costos laborals, transport urbà, fàcil accés als mercats, qualificació laboral, entre altres. Aquests resultats estableixen les bases per comparar i analitzar el posicionament de Barcelona respecte de les principals ciutats europees i mostren la consolidació de la posició competitiva de Barcelona dins del context de les àrees urbanes d'Europa.

### 6.1. Posicionament respecte de les principals ciutats europees de referència

Un any més l'informe posa de manifest la bona situació de la ciutat en el context europeu. Les dades incloses en l'informe de l'Observatori de Barcelona 2006 mostren que Barcelona és una ciutat competitiva en el marc de les àrees urbanes d'Europa. Durant el 2006, cal destacar especialment que s'hagi situat, per primera vegada, com la quarta millor ciutat del continent per fer negocis, passant pel davant de Brussel·les.

Els principals factors que expliquen l'atractivitat de la ciutat per ubicar-hi seus empresarials són la qualitat de vida que ofereix; la disponibilitat de personal qualificat; la relació qualitat-preu de les oficines; el transport urbà; la diversitat productiva; el marc polític i fiscal favorable; i els costos laborals. En conjunt, segons l'opinió dels executius europeus, Barcelona és la ciutat europea que més ha progressat durant l'any 2006 i una de les que millor es promociona a l'exterior per captar inversió.

	Ciutats per als negocis	Recepció d'inversió estrangera	Passatgers aeroports	Organització de reunions internacionals	Producció científica	Pernoctacions	Qualitat de vida	Preu del Gas	Escola de Negocis	Super-computadors
1	Londres	Londres	Londres Heathrow	París	Londres	Londres	Barcelona	Tallinn	Londres	Barcelona
2	París	París	París Roissy	Viena	París	París	Zuric	Vilnius	Fontainebleau	Bruyères-le-Châtel
3	Frankfurt	Barcelona	Frankfurt	Brussel·les	Moscou	Dublín	Madrid	Barcelona	Madrid	Juelich
4	Barcelona	Estocolm	Amsterdam	Barcelona	Berlín	Roma	Paris	Praga	Barcelona	Aldermaston
5	Brussel·les	Moscou	Madrid	Ginebra	Madrid	Berlín	Munic	Budapest	Lausana	Munic
6	Amsterdam	Budapest	Londres Gatwick	Londres	Cambridge	Madrid	Estocolm	Varsòvia	Oxford	Cambridge
7	Madrid	Amsterdam	Roma Fiumicino	Copenhaguen	Roma	Barcelona	Londres	Ljubljana	París	Lausane
8	Berlín	Dublín	Munic	Amsterdam	Munic	Praga	Roma	Luxemburg	Manchester	Barcelona
9	Munic	Madrid	Barcelona	Budapest	Milà	Viena	Ginebra	Lió	Rotterdam	Reading
10	Zuric	Frankfurt	París Orly	Berlín	Barcelona	Amsterdam	Lisboa	París	Barcelona	Reading
Font	Cushman & Wakefield Healey & Baker	Ernst & Young	Airport Council International	Union of International Associations	Universitat Politècnica de Catalunya	Tourism Marketing Information System	Cushman & Wakefield Healey & Baker	Mercer Human Resource Consulting	Financial Times	Top 500 Super-computing Sites

## 6.2. Posicionament respecte de les principals ciutats no capitals d'estat europees

	Ciutats per als negocis	Recepció d'inversió estrangera	Passatgers aeroports	Organització de reunions internacionals	Producció científica	Pernoctacions	Qualitat de vida	Ocupats en sectors tecnològics	Lloguer oficines (1)	Nivell salarial (2)
1	Frankfurt	Barcelona	Frankfurt	Barcelona	Cambridge	Barcelona	Barcelona	Milà	Hamburg	Milà
2	Barcelona	Frankfurt	Munic	Ginebra	Munic	Munic	Zuric	Stuttgart	Barcelona	Barcelona
3	Munic	Colònia	Barcelona	Maastricht	Milà	Milà	Munic	Munic	Munic	Frankfurt
4	Zuric	Milà	Manchester	Munic	Barcelona	Hamburg	Ginebra	Barcelona	Ginebra	Ginebra
5	Milà	Ginebra	Palma de Mallorca	Torí	Stanford	Frankfurt	Hamburg	Frankfurt	Frankfurt	Zuric
Font	Cushman & Wakefield Healey & Baker	Ernst & Young	Airport Council International	Union of International Associations	Universitat Politècnica de Catalunya	Tourism Marketing Information System	Cushman & Wakefield Healey & Baker	Eurostat	CB Richard Ellis	Unió de Bancs Suïsos

(1) Rànquing de preus del lloguer d'oficines (€/m<sup>2</sup>): de menys costosos a més costosos. El preu inclou els costos totals d'ocupació d'oficines situades al centre de la ciutat.

(2) Rànquing del nivell salarial, de més baix a més alt. Ingressos nets l'any en dòlars. El salari efectiu per hora es calcula a partir de 14 professions. El salari net es calcula després d'impostos i contribucions a la Seguretat Social.

Els resultats presentats permeten concloure que Barcelona és capdavantera entre les ciutats no capitals d'estat europees. Barcelona és la única ciutat que se situa entre les cinc primeres no capitals d'estat en els 10

indicadors seleccionats, i n'assoleix la primera posició en quatre, com a receptora d'inversió estrangera, oferint una òptima qualitat de vida, i pel que fa al nombre de pernoctacions i organitzadora de reunions internacionals.



## 6.3. Posicionament respecte de les principals ciutats dels nous països de l'ampliació

	Ciutats per als negocis	PIB/càpita	Producció científica	Treballadors estudis universitaris	Taxa d'atur	Qualitat de vida	Passatgers aeroports	Pernoctacions
1	Barcelona	Praga	Barcelona	Sofia	Praga	Barcelona	Barcelona	Barcelona
2	Praga	Budapest	Varsòvia	Barcelona	Budapest	Praga	Praga	Praga
3	Varsòvia	Barcelona	Praga	Budapest	Bucarest	Budapest	Budapest	Budapest
4	Budapest	Vilnius		Bucarest	Sofia	Bucarest	Varsòvia	
5	Bucarest	Riga		Praga	Barcelona	Varsòvia		
Font	Cushman & Wakefield Healey & Baker	Eurostat	Universitat Politècnica de Catalunya	Eurostat	Eurostat	Cushman & Wakefield Healey & Baker	Airport Council International	Tourism Marketing Information Center

Els últims països adherits a la Unió Europea estan creixent a unes taxes superiors a les dels ja membres, fet que implica que algunes de les seves capitals, com ara Praga i Budapest, tinguin un nivell de PIB/càpita que supera

notòriament la mitjana de la Unió Europea. Els països de nova integració han obtingut els principals fluxos d'inversió directa amb la localització de projectes d'inversió estrangera.

Encara que els nous països membres tenen un fort creixement, per ara, la preeminència de Barcelona com a ciutat de negocis és clara i se situa molt per sobre de les ciutats de l'est. Quant a qualitat de vida per als treballadors, la distància de Barcelona, que té la posició líder, és notable i, a més a més, les capitals de l'est no assoleixen cap avenç significatiu en aquest sentit.

El sector turístic barceloní manté la primera posició respecte al nombre de pernoctacions i passatgers a l'aeroport, indicadors de l'atracció turística de la ciutat. Una població nombrosa amb estudis universitaris i la producció científica de Barcelona situen el seu capital humà per sobre del de les principals ciutats competidores de l'ampliació.

#### 6.4. Posicionament respecte de les principals ciutats de referència dels països asiàtics

	Impost de societats	Organització de reunions internacionals	Producció científica	Preu del lloguer d'habitatge (1)	Lloguer d'oficines (2)	Nivell salarial (3)	Impostos i contribucions (4)
1	Hong Kong	Singapur	Tòquio	Shangai	Beijing	Shangai	Dubai
2	Xina	Barcelona	Beijing	Barcelona	Barcelona	Hong Kong	Hong Kong
3	Índia	Seül	Seül	Singapur	Shangai	Singapur	Singapur
4	Espanya	Beijing	Osaka	Dubai	Nova Delhi	Seül	Shangai
5	Japó	Tòquio	Shangai	Seül	Seül	Dubai	Barcelona
6		Bangkok	Hong Kong	Hong Kong	Bombai	Barcelona	Tòquio
7		Kuala Lumpur	Barcelona	Tòquio	Hong Kong	Tòquio	Seül
Font	KPMG	Union of International Associations	Universitat Politècnica de Catalunya	Unió de Bancs Suïssos	CB Richard Ellis	Unió de Bancs Suïssos	Unió de Bancs Suïssos

(1) Rànquing de preus: de menys costosos a més costosos. El lloguers inclouen tots els costos ocasionats per l'habitatge i estan basats en apartaments construïts després del 1980 (4 habitacions, cuina, bany i garatge) amb un nivell de confort de classe mitjana.

(2) Rànquing de preus del lloguer d'oficines (€/m²): de menys costosos a més costosos. El preu inclou els costos totals d'ocupació d'oficines situades al centre de la ciutat.



(3) Rànquing del nivell salarial, de més baix a més alt. Ingressos nets l'any en dòlars. El salari efectiu per hora es calcula a partir de 14 professions. El salari net es calcula després d'impostos i contribucions a la Seguretat Social.

(4) Rànquing dels impostos i contribucions, de més baix a més alt. L'impost sobre la renda i les contribucions a la Seguretat Social en percentatge del salari brut.



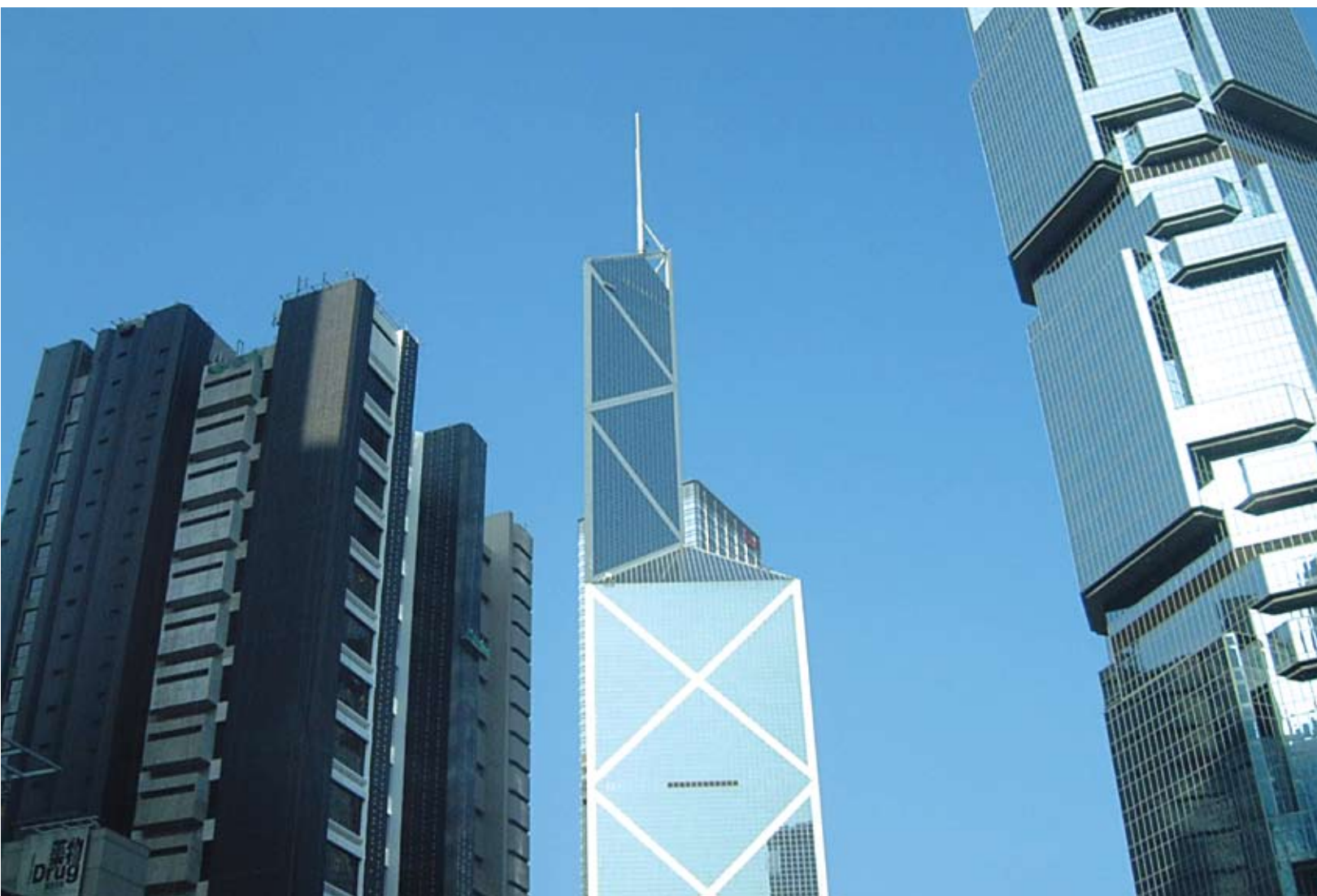
L'àrea asiàtica ha estat, els darrers anys, la zona més dinàmica a escala internacional. El protagonisme creixent d'aquestes economies, en el comerç i les finances internacionals i en la divisió internacional del treball, està comportant importants reptes econòmics. Barcelona obté uns bons resultats comparatius en costos de lloguer d'oficines i de l'habitatge i també com a centre de reunions internacionals, tot i mantenint un sistema impositiu i salarial fort. El principal dèficit respecte a aquesta àrea és el tecnològic i el científic.

## 6.5. Altres reconeixements internacionals

	País	Data	Estudi	Posició	Concepte
	Estats Units	Maig 2006	"Branding Communication Strategies"	1 <sup>a</sup> d'Europa	Marca de prestigi
	Estats Units	Desembre 2005	"The Anholt City Brands Index"	1 <sup>a</sup> Ciutat no capital d'estat i 5 <sup>a</sup> Global	Marca de ciutat

- La marca Barcelona és número 1 a Europa. En l'estudi de la Consultora Porter & Novelli, s'assenyala que Barcelona té una marca diferenciada i de prestigi, per davant fins i tot, de París i Londres.

- Barcelona és la 5<sup>a</sup> marca de Ciutat més potent del món. Segons l'informe "*The Anholt City Brands Index*", Barcelona apareix en 5<sup>è</sup> lloc després de Londres, París, Sidney i Roma, i per tant, és la 1<sup>a</sup> ciutat no capital d'Estat més valorada.





2

Promoció  
Econòmica  
Interior

El Sector de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona té com a objectiu actuar d'agent facilitador de l'activitat empresarial de la ciutat. Des de la Direcció de Promoció Econòmica Interior, enfoquem els nostres esforços a ampliar i enfortir el teixit empresarial barceloní i català, en el qual, el potencial de les petites i mitjanes empreses és una realitat molt important i un motor indiscutible de l'economia de la ciutat.

Per assolir aquesta finalitat, Promoció Econòmica Interior té uns objectius directes:

- **Conèixer** l'estat i l'evolució de les activitats econòmiques i empresarials de la ciutat.
- **Detectar** les necessitats de les empreses per a crear serveis específics i contribuir a la millora de les polítiques municipals.
- **Difondre** entre les empreses de la ciutat les accions i els serveis municipals i les oportunitats de negoci que els ofereix Barcelona.

Mitjançant els quals es busca, com a resultats indirectes:

- **Contribuir a l'increment d'inversió a la ciutat.**
- **Potenciar la competitivitat de les empreses de Barcelona amb una atenció especial a les pimes.**

### Línies estratègiques d'activitat

Per assolir aquests objectius, Promoció Econòmica Interior desenvolupa diverses línies estratègiques, moltes de les quals es realitzen en col·laboració amb la resta de departaments del sector, especialment Promoció Econòmica Exterior, i amb altres entitats i institucions públiques i privades de la ciutat.

### 1. Gestió de projectes d'ampliació d'inversions i fidelització del teixit empresarial

Amb la finalitat d'oferir una línia directa i personalitzada a les empreses de la ciutat per fer-los costat en les seves necessitats d'informació, Promoció Econòmica Interior ofereix el servei de suport a empreses. Aquest servei atén empreses i professionals que volen incrementar la seva activitat, ampliar inversions o millorar la seva competitivitat, i busquen el suport que les administracions puguin donar-los per afrontar aquests reptes. Les consultes s'atenen per dos canals prioritaris: a través del web ([www.bcn.es/barcelonanegocis](http://www.bcn.es/barcelonanegocis)), mitjançant la bústia d'atenció en línia, i a través d'entrevistes personalitzades a les nostres dependències.

Les accions realitzades en aquest àmbit es resumeixen en els següents indicadors:

#### 1.1. Consultes en línia

De les 367 consultes realitzades al servei d'assessorament del web de Barcelona Negocis l'any 2006, el Departament de Promoció Econòmica Interior va donar resposta a 140 consultes corresponents a les temàtiques següents:

Temàtica	Percentatge consultes (%)
Creació d'empresa (constitució)	7,63
Instal·lació d'empresa	8,45
Mercat immobiliari / Locals	11,44
Entorn administratiu, tràmits i legislació	14,17
Organització d'agenda	12,27
Contactes comercials / Màrqueting	5,99
Empreses que ofereixen els seus serveis	7,90
Mercat laboral	0,54
Informació Poble Nou 22@ BCN	3,27
Informació econòmica i sectors d'activitat	16,62
Altres temàtiques	11,72





### 1.2. Consultes presencials

Després d'un primer contacte en línia o telefònic, als projectes o consultes més interessants o que necessiten una major atenció se'ls ofereix la possibilitat de ser atesos a les nostres oficines per un equip de tècnics que els assessoren de forma personal. L'equip de Promoció Interior es va fer càrrec de 21 consultes.

### 2. El servei Barcelona Negocis

Queda palesa en els punts anteriors la importància del web de Barcelona Negocis com a instrument destacat de Promoció Econòmica.

Avui dia la consolidació d'Internet com a vehicle de comunicació i serveis esdevé essencial per atreure empreses cap al nostre territori, però també per fidelitzar el teixit empresarial ja existent i, per tant, com a eina de Promoció Econòmica Interior.

Durant el primer semestre de l'any 2006 s'ha posat en marxa l'execució tècnica del nou web de Barcelona Negocis amb nous continguts i serveis i una integració del web als estàndards de gestió de continguts i a la imatge corporativa del web municipal [www.bcn.es](http://www.bcn.es).

### 3. Col·laborar i coordinar accions de promoció econòmica amb els agents públics i privats de la ciutat

La col·laboració amb els agents públics i privats dels àmbits econòmic, empresarial i professional de la ciutat és una forma de crear sinèrgies amb les entitats que treballen en àmbits propers a la promoció econòmica, per sumar esforços i multiplicar la capacitat d'acció de la Direcció de Promoció Econòmica Interior. Aquesta estratègia és transversal i present a totes les accions del departament, que relacionem a continuació:

### 3.1. Presència a fires

A Barcelona comptem amb un aparador immillorable per mostrar el potencial i la vitalitat empresarials de la ciutat, i per concentrar un gran nombre d'empreses dels diversos sectors d'activitat econòmica: la Fira de Barcelona.

És, per tant, un escenari idoni per a desenvolupar les polítiques de Promoció Econòmica; donar a conèixer la nostra tasca; copsar les necessitats de les empreses; i prendre el pols dels diversos sectors d'activitat.

L'any 2005 s'arribà a un acord amb Fira de Barcelona, per a tenir un punt d'informació de Promoció Econòmica en fires relacionades amb activitats econòmiques i empresarials d'interès especial. La nostra participació durant el 2006 ha estat la següent:

- Presència al Saló Barcelona Negocis i Franquícies; el saló més important del sector de la franquícia del sud d'Europa i països mediterranis, i que va comptar en la seva 6a edició, amb 18.500 visitants i 330 marques representades.
- Suport com a patrocinadors del 8è Saló de la Logística, que ocupa el segon lloc en importància a Europa, i presència al Saló, que va comptar amb 45.000 visitants i 900 empreses expositores.
- Suport al Col·legi Oficial d'Agents Comercials de Barcelona en l'organització de la segona Fira Internacional Multisectorial d'Agents Comercials (Agents & Brokers 2006), que en aquesta edició va ser visitada per més de 8.000 professionals i en la qual van participar 500 empreses.

- Suport al II Saló de la Xocolata, que neix amb l'objectiu de posicionar Barcelona com a referent nacional i internacional en aquest segment gastronòmic i que comptà amb la presència de més de 4.500 persones.
- Presència a Fira Taxi, saló internacional adreçat als professionals del Taxi, amb més de 12.000 visitants.

Difusió de material promocional del Sector de Promoció Econòmica: revista "Bones Notícies", publicacions "Barcelona en xifres", "Barcelona ciutat per viure i treballar", "La inversió estrangera a Barcelona" i dels díptics de la Direcció de Promoció Econòmica Interior i de la Direcció de Promoció Econòmica Exterior. Col·laboració amb 22@ i Turisme de Barcelona per distribuir a les fires la publicació "22@ Barcelona, el districte de la innovació" i plànols de la ciutat.

### 3.2. Jornades de temàtiques empresarials

La Direcció de Promoció Econòmica Interior vol ajudar les empreses de la ciutat a assolir l'excel·lència en la gestió per tal d'enfortir el teixit empresarial i incrementar-ne la competitivitat. Aquesta fita passa per desenvolupar una tasca pedagògica prèvia de difusió de les eines de gestió i *management* a l'abast de les empreses per millorar la seva gestió.

Amb aquest objectiu, l'any 2004 es va iniciar una línia d'acció consistent en l'organització de seminaris sobre temàtiques empresarials, amb la col·laboració d'entitats i experts destacats en la matèria tractada i que han tingut una gran acceptació entre els empresaris de la ciutat.

Al llarg del 2006 s'han organitzat cinc seminaris:

- Basilea II, la nova relació Banca-Empresa. Jornada adreçada a empresaris amb un model de negoci consolidat que no hagin resolt correctament la gestió dels impagats.
- Com Gestionar els Impagats. L'objectiu de la jornada és donar a conèixer les diferents eines de què disposen les empreses per mesurar el risc de crèdit comercial tant a nivell de prevenció com per recuperar el deute.
- Diferenciació, base per al creixement de la pime. Jornada adreçada a aquells empresaris que tenen com objectiu establir els factors que els diferencien i treure'n rendiment mitjançant les eines adequades.
- Prevenció de riscos laborals: problemes i solucions. Jornada adreçada a les petites i mitjanes empreses interessades a conèixer quines actuacions poden portar a terme per garantir una protecció eficaç davant dels riscos derivats de l'activitat laboral.
- Negociació: el camí per gestionar conflictes. L'objectiu de la jornada era informar els participants dels diversos mètodes de negociació i comunicació a l'hora d'abordar conflictes en l'àmbit empresarial tant en el vessant intern com extern.

L'assistència total a aquests seminaris ha estat de 600 persones que responen al perfil d'administradors i propietaris de les empreses convidades. L'índex de satisfacció dels assistents respecte de l'organització en general és de 4 sobre 5.



#### **4. Col·laboració i impuls de plataformes públicoprivades de sectors estratègics**

L'impuls de les plataformes públicoprivades dels sectors estratègics es fa conjuntament entre Promoció Exterior i Interior. Pel que fa a Promoció Interior, cal destacar les accions següents:

- Impuls dels sectors estratègics sota la marca Barcelona: seguiment habitual i assistència als òrgans de direcció i participació de les diverses plataformes que Promoció Interior dinamitza: Barcelona Centre Financer, Fundació Barcelona Digital, Barcelona Aeronàutica i de l'Espai i Barcelona Centre de Disseny.
- Col·laboració amb la Fundació Barcelona Digital en accions de comunicació i difusió dels Living Labs a la ciutat de Barcelona. Els Living Labs Catalunya, foren creats l'any 2005, entre la Fundació Barcelona Digital, 22@, Tecnocampus de Mataró i Sant Cugat Obert i estan integrats a la Xarxa Europea de Living Labs, mitjançant la qual diverses ciutats europees intercanvien millors pràctiques en mobilitat relacionades amb l'àmbit de les TIC.
- Col·laboració amb Barcelona Centre del Disseny en la campanya ExID (Empreses per la Innovació i el Disseny): incorporació del disseny a la PIME. Es tracta d'un programa que neix per sensibilitzar l'empresa en l'ús i la gestió correctes del disseny, entès com a instrument de diferenciació cada cop més necessari per millorar la innovació i la competitivitat empresarials en els mercats mundials i consisteix en la celebració de *workshops* amb objectiu sectorial.
- Suport a l'organització de la primera edició de la *Barcelona Design Week*. Cessió del Saló de

Cròniques per a la realització de la taula rodona "L'impacte econòmic del disseny en les estratègies de promoció de les ciutats" l'objecte de la qual era l'anàlisi d'estratègies de posicionament de diferents ciutats europees on el disseny juga un paper clau. L'acte fou inaugurat i moderat pel segon Tinent d'Alcalde i va comptar amb les intervencions d'Alessandro Allemandi i Paolo Verri, de la ciutat de Torí, Mike Rawlinson, de la ciutat de Bristol, Massimo Pitis, de la ciutat de Milà i Rob ter Steege, de la ciutat d'Eindhoven.

#### **5. Altres accions de suport a entitats relacionades amb les activitats de promoció econòmica de la ciutat**

La xarxa de *networking* institucional, que actua com a factor multiplicador de les accions de Promoció Interior, i la relació continuada amb els diversos interlocutors i agents de la ciutat que treballen en l'àmbit de la promoció econòmica, ens permeten detectar les seves actuacions que siguin coincidents amb els objectius de Promoció Interior i participar-hi.

Entre les diverses activitats realitzades al llarg de l'any 2006, cal destacar:

- Col·laboració en el Projecte Brasília, impulsat per la Fundació Privada Universitat i Tecnologia, que té per objectiu la incorporació de les noves tecnologies i criteris de sostenibilitat al món de la construcció.
- Col·laboració, conjuntament amb la Regidoria de Dona i Drets Civils, en el projecte RSE Cooperatives, impulsat per la Confederació de Cooperatives de Catalunya en el marc de la iniciativa comunitària EQUAL II, que pretén incorporar a l'entorn cooperatiu mecanismes de responsabilitat social a les empreses.

- Suport a la *Global University Network for Innovation* (GUNI) en l'organització de la Tercera Conferència Internacional de Barcelona sobre Ensenyament Superior: el Finançament de les Universitats. L'objectiu de la conferència és crear un fòrum de debat a Barcelona que permeti promocionar la ciutat com una de les capitals mundials en el camp de l'ensenyament superior.
- Col·laboració amb Hewlett Packard, Ciutat del Coneixement i la Fundació Barcelona Digital en les àrees següents: clústers, aplicació de les tecnologies de disseny, cooperació en l'organització d'esdeveniments a Barcelona, *managing innovation* i *open source*.
- Suport a la celebració de l'edició del 2006 de la fira 3GSM a la ciutat de Barcelona i la seva permanència en futures edicions. En aquest sentit es col·labora amb la Direcció de Promoció de Turisme i Qualitat de Vida, la Generalitat de Catalunya i altres institucions de la ciutat.
- Seguiment habitual i assistència a les reunions dels òrgans de direcció del Pacte Industrial de la Regió Metropolitana de Barcelona.
- Accions realitzades per impulsar el sector de la moda:
  - Suport a la primera edició dels premis "Barcelona és moda", promoguts per la Comissió Barcelona Centre de la Moda de la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona. Es tracta d'una iniciativa adreçada al reconeixement professional, al prestigi i al suport i promoció de l'activitat econòmica que genera el sector de la moda.
  - Suport i participació en les jornades "Estratègies de creixement en el sector Tèxtil-Moda: Branding & Retail", organitzades pel COPCA i el CIDEM.
  - Col·laboració amb la Regidoria de Ciutat del Coneixement per a la creació d'una plataforma d'empreses de programari de la ciutat Barcelona i la implicació del Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya en el projecte. Suport per a establir plataformes sectorials amb diverses institucions: el Centre d'Innovació Tecnològica i Desenvolupament Empresarial, Barcelona Centre de Disseny, Fundació Barcelona Digital i l'Il·lustre Col·legi d'Advocats de Barcelona.
  - Impuls del sector del software a Barcelona. Organització de dos reunions de *networking* amb pimes del sector i amb la participació del 2n tinent d'alcalde per establir contactes i estudiar possibilitats de col·laboració.
  - Realització de l'estudi "La PIME a la ciutat de Barcelona". Aquest treball és fruit del Conveni de col·laboració, signat l'any 2005, entre l'Ajuntament de Barcelona i la Confederació Empresarial PIMEC (Petita i Mitjana Empresa de Catalunya) per a l'estudi, la promoció i el suport de la micro, la petita i la mitjana empresa de la ciutat de Barcelona.
  - Participació en el segon Seminari Transnacional Projecte Equal-RSEurope, celebrat a Lisboa el mes de juny.
  - Jornada "Col·laboració Porta 22", sobre contractació en l'àmbit TIC, amb la participació





de la Fundació Barcelona Digital i les empreses Microsoft i Oasyssoft.

- Participació amb Barcelona Activa a la missió a Boston, on es van visitar institucions locals i acadèmiques.

## 6. Accions de promoció realitzades conjuntament amb Promoció Econòmica

### Exterior

Les dues vessants de la promoció econòmica, la interior i l'exterior, tenen molts punts de contacte i són complementàries a causa de l'existència d'un entorn empresarial cada vegada més globalitzat. Per aquesta raó, moltes de les accions de promoció econòmica es desenvolupen conjuntament entre els dos departaments.

Destaquem:

- Participació a la *World SME Expo*, fira internacional dedicada a les petites i mitjanes empreses i a la I&D, dedicada tant al disseny com als sectors innovadors. Ambdues celebrades simultàniament a finals de novembre de 2006 al *HK Convention & Exhibition Center* i organitzades pel HKTDC a Hong Kong.

## 7. Publicacions i materials promocionals propis

Elaboració del díptic de la Direcció de Promoció

Econòmica Interior per presentar les activitats organitzades i els serveis de suport oferts per a les empreses instal·lades a la ciutat de Barcelona.

### Principals magnituds de la PIME a la ciutat de Barcelona i a Catalunya. 2004

Numero d'empreses, persones ocupades, milions d'euros corrents i euros per treballador

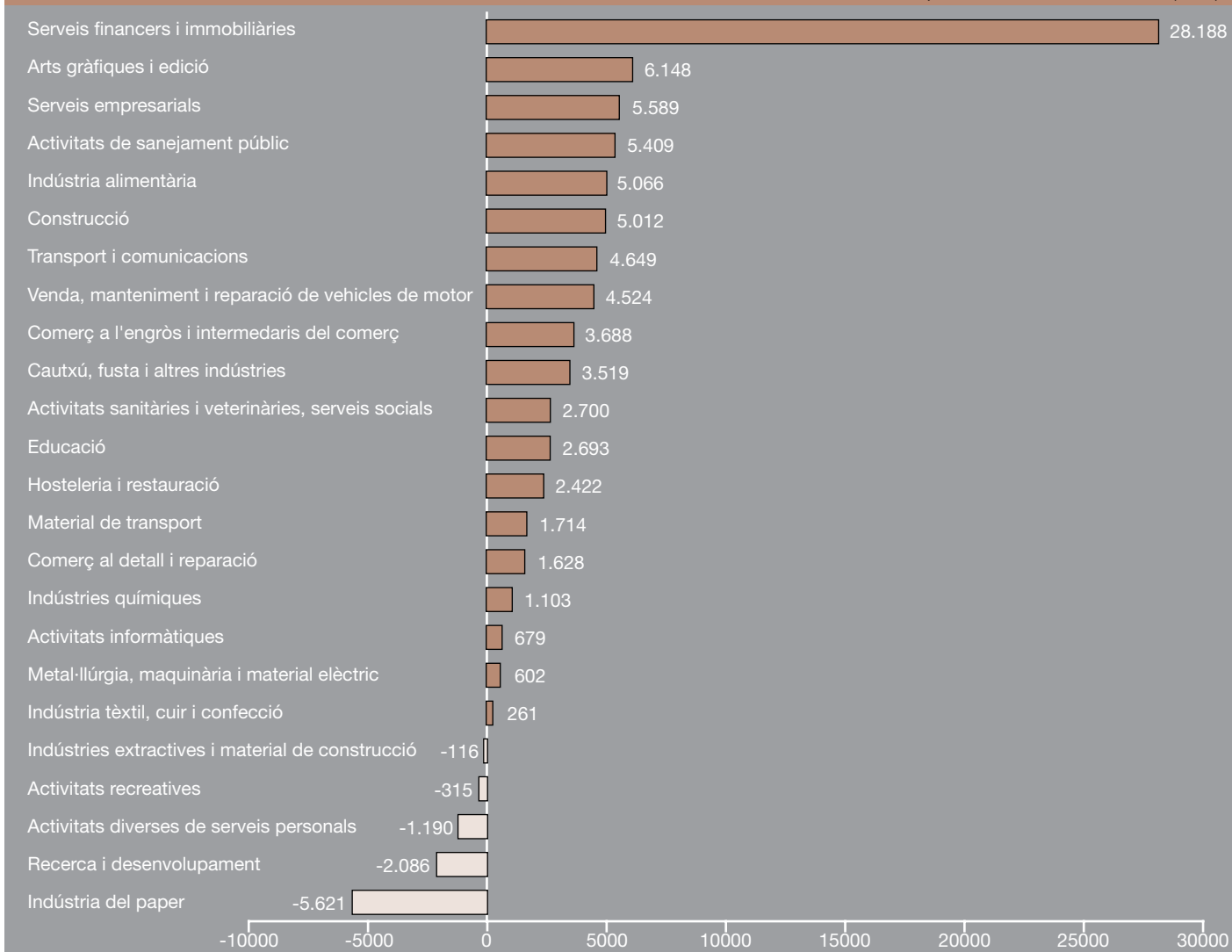
	Ciutat Barcelona	Catalunya
<b>Valors absoluts</b>		
Empreses	123.662	492.307
Ocupats	551.034	1.903.037
VAB cf	24.795	75.926
Productivitat (euros/treballador)	44.997	39.897
<b>% PIMES / Total economia<sup>1</sup></b>		
Empreses	99,7%	99,8%
Ocupats	67,3%	60,8%
VAB cf	66,4%	58,4%
Productivitat (euros/treballador)	98,7%	96,1%
<b>% sobre Catalunya</b>		
Empreses	25,1%	100,0%
Ocupats	29,0%	100,0%
VAB	32,7%	100,0%
Productivitat (euros/treballador)	112,8%	100,0%

1. Inclou sector privat i sector públic  
Font: Departament d'Estudis de Pimec (2006).



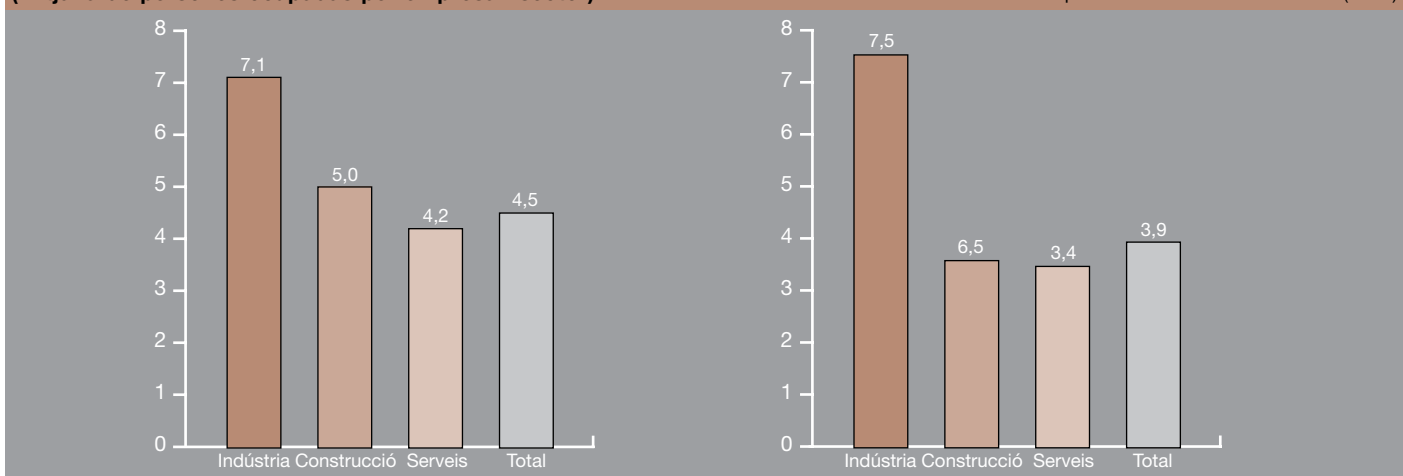
**Diferencial de productivitat de la PIME de la Ciutat de Barcelona respecte a la mitjana catalana per branques d'activitat. 2004**  
**(Euros per ocupat)**

Font: Departament d'Estudis de Pimec (2006)



**Dimensió mitjana de la PIME de la Ciutat de Barcelona i de Catalunya per grans sectors. 2004**  
**(Mitjana de persones ocupades per empresa i sector)**

Font: Departament d'Estudis de Pimec (2006)





3

Comerç i  
Consum

## Comerç

El pes específic del comerç a la ciutat, pel seu volum de negoci, els llocs de treball, o la cohesió social, l'ha consolidat com a un sector vital per a l'economia barcelonina i catalana. Barcelona ha desenvolupat un model comercial propi mantenint l'equilibri entre els diferents formats de distribució comercial, que ens permet poder parlar del "model Barcelona".

Les polítiques comercials urbanes són fruit del diàleg continuat entre les parts implicades. Les associacions, els gremis, les empreses comercials i l'Ajuntament, li han volgut donar un nou impuls declarant el 2006 l'*Any del Comerç* a Barcelona.

### 1. Actuacions amb el Consell Ciutat i Comerç

El Consell Ciutat i Comerç es va reunir el 19 de juliol d'enguany per a la discussió i aprovació del Pla especial de comerç no alimentari de Barcelona (PECNAB), per tal d'iniciar posteriorment els tràmits per a l'aprovació definitiva pel Consell Municipal. Aquest pla va ser elaborat per la comissió creada amb aquesta finalitat, en el si del Consell Ciutat i Comerç, i després d'un treball de tres anys de durada, va ser aprovat per unanimitat pels membres de la comissió. Presentat el pla al Consell Ciutat i Comerç, va ser aprovat per unanimitat dels seus membres. Posteriorment es va presentar a l'aprovació del Consell Municipal, i complimentada la tramitació oportuna, va ser aprovat definitivament el 23 de febrer d'enguany.

En aquesta reunió del Consell, es va introduir un tema que preocupa al comerç de la ciutat: l'impacte de la Llei d'arrendaments urbans (LAU), quan finalitzi el període d'adaptació previst per a l'any 2014. Com a conseqüència, es va acordar la creació d'una comissió que estudiï aquest

impacte sobre els establiments comercials i les diferents zones de la ciutat.

Les actuacions del Consell s'han fet a través de les diferents comissions.

#### 1.1. Comissió per a l'elaboració i seguiment del pla especial de comerç no alimentari.

Està integrada per les següents entitats: PIMEC Comerç, ABC, Consell de Gremis, ANGED, FEGRAM i CEDAC.

S'ha reunit el 28 de febrer i el 29 de març de l'any 2006.

En la reunió celebrada el 28 de febrer es va presentar la primera proposta completa del Pla, en la qual es recullen els criteris, paràmetres i continguts del PECNAB -Pla especial del comerç no alimentari de Barcelona-, acordats en la reunió celebrada el 13 de desembre de 2005. Es reelabora un nou document i el 29 de març de 2006 es presenta la proposta definitiva del PECNAB, que la Comissió aprova per unanimitat. Aquesta proposta es va trametre a les gerències dels districtes i a la gerència d'urbanisme que varen fer les seves aportacions, i es va presentar a l'aprovació del Consell Ciutat i Comerç, el qual, en la sessió celebrada el 19 de juliol de 2006, la va aprovar per unanimitat. Finalment, complimentada la tramitació oportuna, el Consell Municipal va aprovar definitivament el Pla per al Comerç No Alimentari de Barcelona (PECNAB) en la sessió celebrada el 23 de febrer de 2007.

#### 1.2. Comissió per a la promoció del comerç urbà

Està integrada per les següents entitats: PIMEC Comerç, ABC, Consell de Gremis, ANGED, FEGRAM, CEDAC i Fundació Barcelona Comerç.



S'ha reunit el 16 de febrer de 2006.

Aquesta Comissió ha participat en la dinàmica de les diferents accions de promoció del comerç i en els mitjans de comunicació i el sector.

Tot seguit relacionem les principals actuacions realitzades:

- *Campanyes de Primavera i Nadal.*

S'han dut a terme les Campanyes de Primavera i Nadal amb un total de 200.000 bosses, 2.200 bosses làmpades, 400.000 entrades Zoo i 500.000 punts de llibre, així com campanyes de publicitat en TV, ràdio, premsa i revistes especialitzades.

Els productes emprats en aquestes accions han incorporat imatges i distintius commemoratius de la celebració de l'any del comerç.

- *Premi "Barcelona la millor botiga del món"*

El 5 d'octubre de 2006 es va celebrar la 9a edició del Premi "Barcelona, la millor botiga del món". Els premiats han estat els següents:

1. "Premi a la millor iniciativa empresarial comercial de l'any" a **FISHHH!**.
2. "Premi a la millor iniciativa agrupada per a la dinamització comercial de la ciutat" a **l'Associació de Comerciants de Creu Coberta**.
3. "Premi a la tasca de contribució a la promoció i coneixement del comerç de la ciutat", a **Gabriel Jené**.
4. "Premi a l'establiment comercial", a **CHOCOLAT FACTORY**. Han aconseguit un diploma els establiments **Pâtisserie Mas** i **Celler de Gelida**.

- **MAPIC –Fira internacional del mercat immobiliari comercial. Cannes, novembre 2006**  
Presència en la fira més important d'Europa de centres comercials tancats. L'Ajuntament participa

amb la voluntat de promocionar el comerç de la ciutat, és a dir, donar a conèixer la ciutat i el centre comercial urbà que representa Barcelona, els seus eixos, amb les seves diferents zones comercials. La fira té una durada de tres dies i un promig d'assistència de 7.000 persones, tots ells professionals del món del comerç.

- **Plans de dinamització**

S'ha iniciat el nou pla de dinamització de "Sant Martí eix comercial"

- **Eixos comercials**

S'han creat dos nous eixos comercials "Sant Martí eix comercial" i "Cor Sants-les Corts".

### 1.3. Comissió d'arrendaments urbans

Aquesta comissió, a la qual ja hem fet referència, es va constituir el 8 de novembre de 2006.

Està integrada per les següents entitats.

FEGRAM, PIMEC Comerç, ABC, ANGED, CEDAC, Consell de Gremis i Fundació Barcelona Comerç.

Aquesta comissió, de recent creació, ha sorgit de la decisió del Consell Ciutat i Comerç, a conseqüència de la preocupació expressada pels comerciants per l'impacte que la llei d'arrendaments urbans tindrà sobre els establiments comercials i sobre les diferents zones de la ciutat, tan bon punt finalitzi el període d'adaptació de la llei, previst per al 2014.

## 2. 2006, Any del comerç a la ciutat de Barcelona

L'Ajuntament de Barcelona, en sessió del Consell Municipal de 22 de desembre de 2005, a proposta dels comerciants, va fer una Declaració institucional mitjançant la Mesura de Govern "2006, Any del Comerç a la ciutat de Barcelona",



per tal de promocionar el comerç urbà com a font de riquesa, sostenibilitat, convivència i integració social i cultural, i sensibilitzar la societat sobre la importància que té la continuïtat del nostre model comercial per a la qualitat de vida de les persones.

Per a la planificació de l'any, es va crear una comissió en la que hi són representades totes les parts implicades: l'Ajuntament de Barcelona (Direcció de comerç, Institut de mercats), ABC, Anged, Cedac, Consell de gremis, Fundació Barcelona Comerç i Pimec.

Aquesta Comissió va redactar un *decàleg*, per tal de assentar les bases per a les accions a realitzar:

- Promocionar el comerç urbà com a font de riquesa, sostenibilitat, i convivència.
- Sensibilitzar la societat sobre la importància del nostre model comercial.
- Potenciar un model de comerç socialment compromès.
- Potenciar el prestigi social de la professió, en tota l'escala professional.
- Promoure eines de competitivitat en la gestió comercial.
- Consolidar el concepte d'*urbanisme comercial*.
- Promocionar Barcelona i el seu comerç com a ciutat de compres.
- Potenciar la marca Barcelona Comerç com a entorn atractiu per a iniciatives comercials.
- Aconseguir la participació de tot el comerç de la ciutat en el projecte.
- Potenciar l'associacionisme territorial, gremial i sectorial del comerç.

L'*Any del Comerç* s'ha desenvolupat des del març de 2006 fins al març de 2007.

Tot seguit presentem els indicadors finals de les

actuacions realitzades:

#### Activitats de l'Any del Comerç

Actes centrals	34
Congressos, jornades i assemblees	14
Fires, mercats i mostres	45
Premis i guardons	20
Festes i celebracions	164
Publicacions	11
Impresos informatius	56
Productes promocionals	15
<b>Total Activitats</b>	<b>359</b>
<b>Total Persones Assistents</b>	<b>1.442.350</b>

### 3. Publicacions

#### • Informe de Comerç

La Direcció de comerç i consum realitza anualment un estudi on s'actualitzen les principals dades del sector comercial localitzat a la ciutat, s'analitza l'evolució en els darrers anys i el seu pes específic en l'activitat econòmica de la ciutat.

#### • Eixos i entorns comercials

Actualització de la revista sobre els eixos comercials de Barcelona. S'ha publicat un especial sobre els eixos comercials de Barcelona, del qual varem fer una separata en tres idiomes, català (4000 exemplars), castellà (2000 exemplars) i anglès (2000 exemplars). S'ha distribuït en català i castellà a les associacions de comerciants. Les edicions en castellà i anglès s'han utilitzat per a la promoció externa del comerç de Barcelona, concretament les edicions en anglès són per a la seva promoció internacional.

#### • Pàgina web

La informació generada per Comerç està a disposició de tots els ciutadans mitjançant la pàgina web [www.bcn.cat/comerc](http://www.bcn.cat/comerc).



#### 4. Òmnibus i enquestes

- **Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal**

L'Òmnibus Municipal, mitjançant entrevista als ciutadans i ciutadanes de Barcelona, dona a conèixer la seva opinió sobre el comerç a la ciutat i els seus hàbits de compra.

L'enquesta s'efectua per entrevista telefònica i en quatre períodes: març, juny, setembre i desembre, sobre una mostra de 1000 entrevistes en cada període, entre la població de Barcelona de majors de 16 anys.

- **Enquesta sobre l'activitat del sector comercial de Barcelona.**

L'enquesta sobre l'Activitat del Sector Comercial de la ciutat de Barcelona dona a conèixer les característiques dels establiments comercials, el seu personal, els horaris, els serveis que ofereixen i l'opinió dels seus propietaris o responsables sobre l'activitat comercial actual a Barcelona així com les seves perspectives futures. Anualment es realitzen 2.100 entrevistes repartides en tres onades: març, juny i octubre.

- **Enquesta sobre l'activitat del sector de la Restauració de Barcelona.**

L'objectiu principal de l'enquesta és conèixer les característiques dels establiments de restauració de la ciutat així com l'opinió actual i les perspectives futures que tenen els seus responsables sobre l'activitat del sector. Aquesta

enquesta va iniciar-se l'any 2005 i anualment es realitzen un total de 999 entrevistes en 3 onades: març, juny i octubre.

#### 5. Principals dades del comerç l'any 2005

- El 2005, el sector terciari barceloní registra el major creixement de l'ocupació des de l'any 2000, amb un augment del nombre d'assalariats del 4,8%, que ha suposat la creació d'uns 34.000 nous llocs de treball, beneficiant tant les activitats emergents com les branques més madures que el componen.

- L'any 2005, el comerç a Barcelona compta amb 165.241 llocs de treball, el que suposa un augment percentual del 2% respecte al 2004, segons les dades d'afiliació a la Seguretat Social. El creixement més significatiu s'ha donat en el comerç minorista, que ha tancat el 2005 amb un 2'9% més de treballadors.

- L'any 2005 la facturació del comerç a la ciutat de Barcelona va superar els 37.000 milions d'euros, gràcies a un increment del 7,4% en el sector minorista i del 6,1% en el majorista.

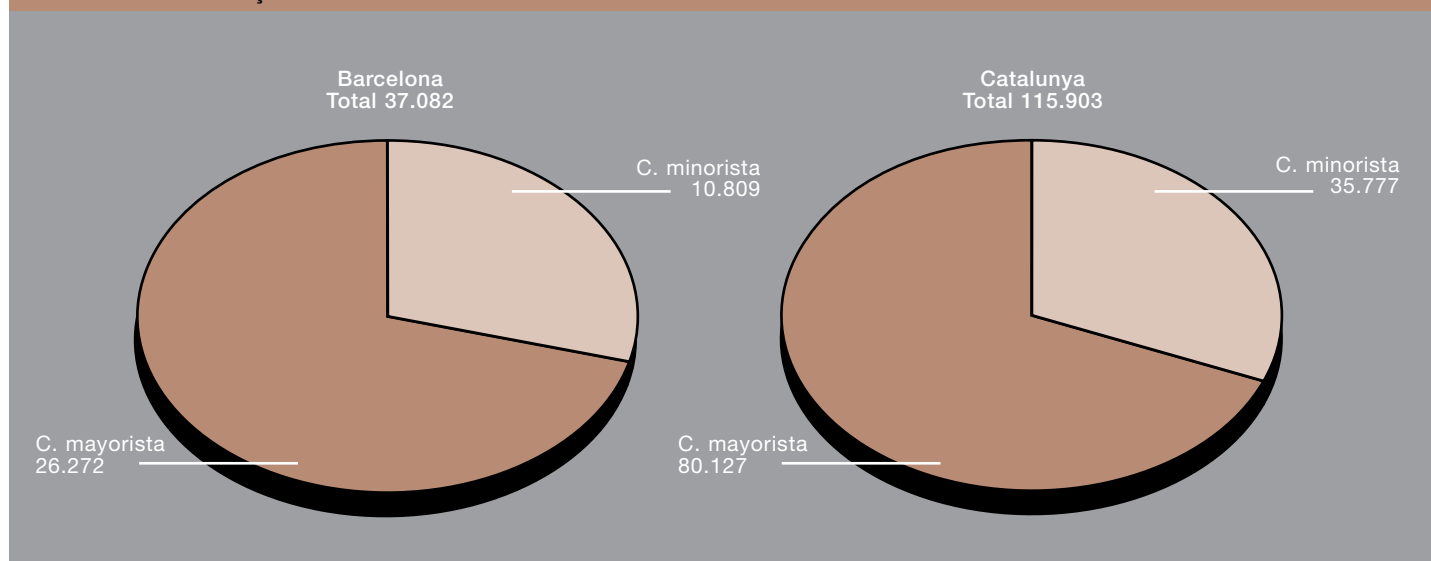
- El producte interior brut del comerç a Barcelona es va incrementar en un 6,4% l'any 2005, i el sector segueix aportant aproximadament el 14% del PIB de la ciutat, donant mostres d'una notable solidesa.

- Dels 38,7% internautes catalans, un 46,1% va

Afiliats a la seguretat social en el comerç a barcelona / 4t trimestre 2005					
	Règim general	Variació 2005/2004	Autònoms	Total	Variació 2005/2004
Comerç minorista*	74.187	4,8	23.390	97.577	2,9
Comerç majorista	57.730	0,7	9.934	67.664	0,7
<b>Total comerç</b>	<b>131.917</b>	<b>3,0</b>	<b>33.324</b>	<b>165.241</b>	<b>2,0</b>

\* Inclou petites reparacions, no les relatives a vehicles de motor. Font: elaboració de la Direcció del Serveis d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona, amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

## Facturació del Comerç 2005. Milions d'euros



Font: estimació elaborada per la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona, a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS.

realitzar compres electròniques durant el 2005, superant en 15,6 punts el percentatge del 2004. En el transcurs de l'any, a Catalunya, el 13'8% de les empreses va efectuar compres a través de la xarxa.

- A Barcelona, els compradors que han fet servir la xarxa representen el 23%. La majoria ha comprat de forma ocasional (73,9%), més els homes (63,9%) que les dones (36,1%), entre 25 i 34 anys (43,7%) i amb un nivell més alt d'estudis (46%) que altres sectors de població.

- Quant a l'evolució de les llicències comercials cal destacar que la reorientació metodològica dels paràmetres i classificacions estadístiques, duta a terme l'any 2004, requereix d'una sèrie temporal més llarga per tal de poder extreure conclusions versemblants i constatar si existeix un canvi de tendència, o el canvi és degut al canvi metodològic. L'anàlisi del 2005 sobre el 2003 ens dona una evolució semblant a les dels anys anteriors, és a dir, una lleugera disminució del nombre de llicències (1,5 anual) i un lleuger

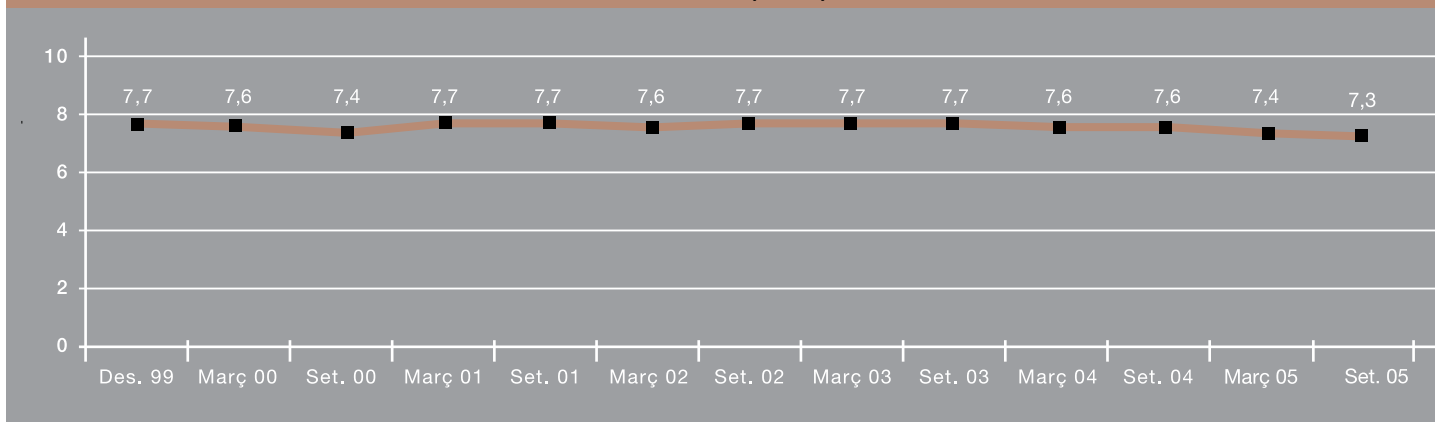
increment de la superfície comercial (0,8 anual), dada que corrobora les anàlisis d'anys anteriors on es remarca la modernització de l'oferta comercial existent a Barcelona, on els operadors cada vegada ofereixen els seus productes en superfícies més diàfanes per tal de donar un millor servei als seus clients.

- Les actuals xifres corroboren la sostenibilitat del comerç i les enquestes realitzades en aquest sector afirmen que el comerç de proximitat adquireix any rere any més consolidació i millor acceptació entre el ciutadà.

- El grau de satisfacció dels barcelonins quant a l'oferta comercial de la ciutat continua superant el notable, amb un 7,3 sobre 10.

- El tipus d'establiment on millor se senten atesos els barcelonins és la botiga de barri i la botiga especialitzada, amb un 51%. I alhora, els compradors valoren l'honradesa (95,9%), la professionalitat (95,6%) i el tracte personal (93,7%).

### Grau de satisfacció de l'oferta comercial i els horaris de Barcelona (n=837)



- Prop d'un 45% dels establiments comercials de Barcelona ha iniciat el seu negoci al llarg dels últims anys, en concret, des del 1995, el que comporta un dinamisme i modernització de l'activitat comercial de la ciutat.

- L'associacionisme comercial a Barcelona té el seu pes específic, el 34,2% dels establiments està associat i el 43,7% dels associats pertany a un eix comercial.

- En el sector de la restauració, el 40% dels establiments ha iniciat la seva activitat al llarg d'aquests últims anys des del 2000 i el 8,9% el 2005.

- Un 23,1% dels establiments entrevistats està associat, mentre que en el cas dels restaurants i restaurants-bars ho estan un 31,5% i un 32,6% respectivament. L'associació amb més presència a la ciutat és el Gremi de Restauració de Barcelona (77,5%).

- La despesa realitzada per part dels turistes internacionals, mitjançant la utilització de la targeta de crèdit, ha crescut un 23,7%, arribant als 821 milions d'euros, als quals cal afegir els 520 milions d'euros corresponents a la retirada

de diners en efectiu realitzada en els caixers automàtics de caixes i bancs ubicats en els carrers més comercials i turístics de la ciutat.

- El comerç continua essent el primer sector econòmic en despeses en destinació, realitzades mitjançant la utilització de la targeta de crèdit internacional: la seva participació ha estat d'un 38,3% i l'increment d'un 6,6%.

- El turista internacional valora cada vegada més el fet de passejar, veure aparadors i entrar a les botigues, gaudir de l'urbanisme comercial i del model de societat.

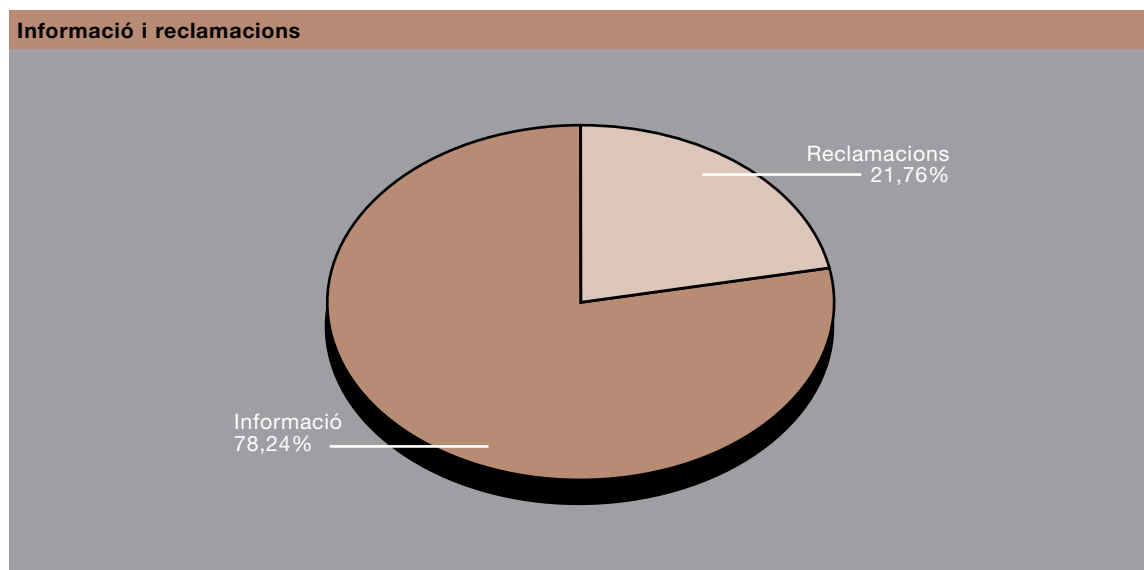
### Consum

L'Oficina Municipal d'Informació al Consumidor és un servei de la Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona destinada a ajudar els consumidors i usuaris a defensar els seus drets per mitjà de la informació prèvia, l'assessorament i la recepció de reclamacions en temes de consum.

L'OMIC ha efectuat durant el 2006 les següents actuacions:



Consultes ateses				
	Totals		Percentatges (%)	
Consultes	Informació	Reclamacions	Informació	Consultes
56.872	44.498	12.374	78,24	21,76



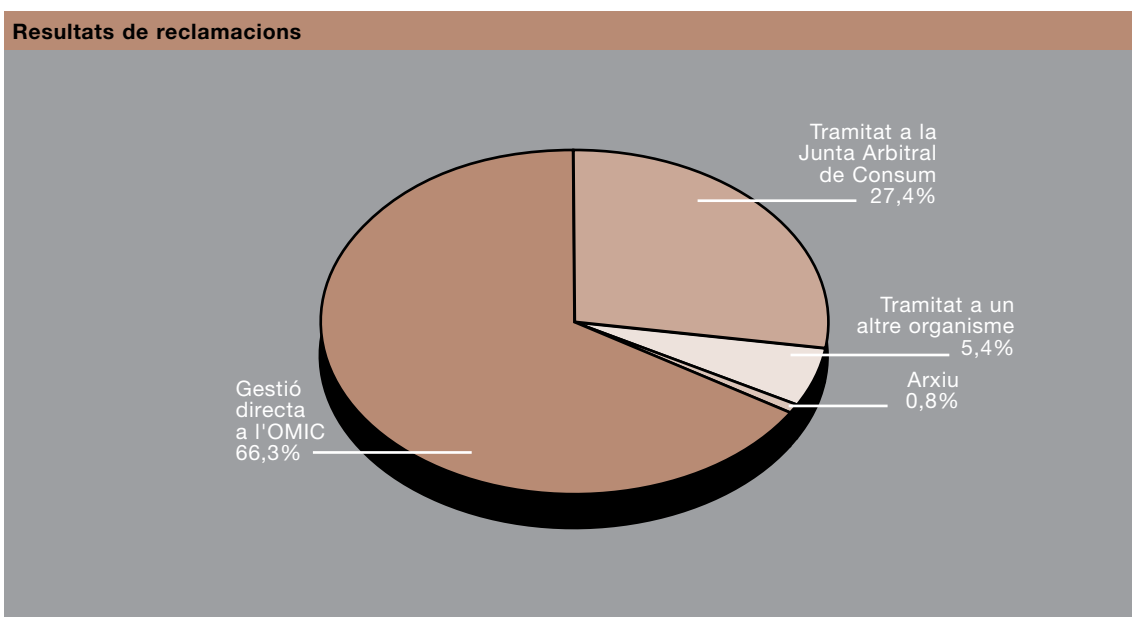
- **Consultes:** S'han atès 56.872 consultes i s'han tramitat 12.374 reclamacions. En la majoria de les consultes, els consumidors o consumidores i l'entitat, comerç o empresa motiu de queixa o litigi, han pogut resoldre els seus problemes amistosament solament amb la informació de l'OMIC. Tanmateix, de les 56.872 consultes rebudes, 12.374 s'han materialitzat en reclamacions acceptades per l'OMIC per a la seva tramitació, la qual cosa representa el 21,8% sobre el total de les consultes.

- **Reclamacions:** El percentatge de reclamacions sobre el total de consultes del 2006 ha pujat respecte al 2005. Durant el 2005 les reclamacions van suposar un 19,3% respecte al total de consultes, percentatge que va augmentar al 2006 fins a un 21,8%.

La gestió directa de l'OMIC ha aconseguit resoldre favorablement per als consumidors el 66,3% del total de les reclamacions. La gestió de l'OMIC ha suposat per al consumidor la recuperació d'un total de 2.901.214 €, amb una mitjana de 371 € per reclamació. La xifra aconseguida representa un 58% de la quantitat total de 4.993.584 € reclamada pels consumidors.

Resultat de les reclamacions		
	Total	Percentatge (%)
Gestió directa a l'OMIC	7.830	66,33
Arxiu	96	0,81
Tramitat a un altre organisme	639	5,41
Tramitat a la Junta Arbitral de Consum	3.239	27,44
<b>Total</b>	<b>11.804</b>	<b>100,00</b>
En tràmit	1.348	10,25



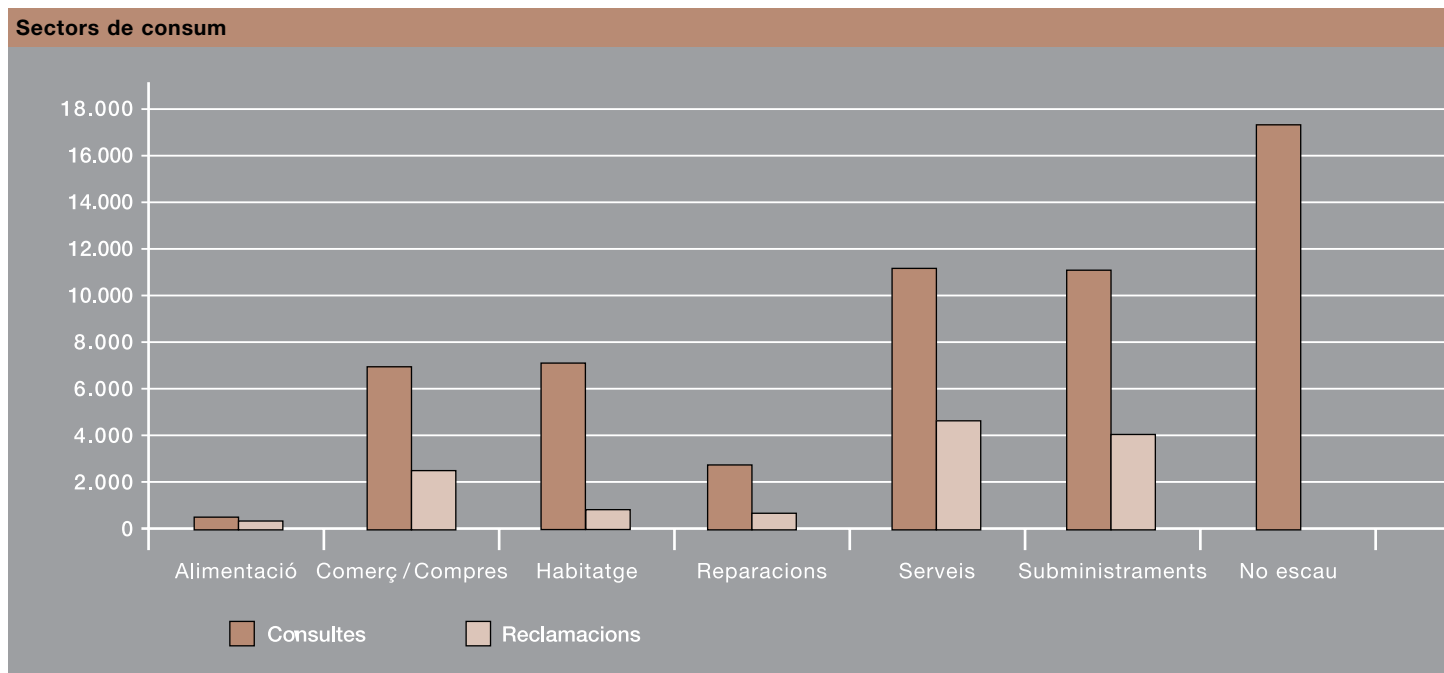


S'han tramés a la Junta Arbitral el 27,4% de les reclamacions, s'han traslladat a altres organismes el 5,4% i s'han arxivat el 0,8%.

Els principals motius de consulta han estat les telecomunicacions, amb el 24,1%, seguit de l'arrendament d'habitatges, amb un 13,6%, els transports, els serveis en general, les professions liberals, la compra de béns i de productes i la compra d'habitatge.

Pel que fa als temes que han motivat més reclamacions, també encapçalen la llista els relacionats amb les telecomunicacions amb un 24,7% de les consultes que acaben en reclamació. Els problemes a l'àmbit de les telecomunicacions se centren principalment en l'accés a Internet (21,5% del total de reclamacions en aquest sector) que té com a problemes més comuns la manca de qualitat, les dificultats per donar-se de baixa o la publicitat incorrecta, en irregularitats en els

Sectors de consum					
	Totals Consultes	Totals Reclamacions	Percentatges (%) Consultes	Percentatges (%) Reclamacions	Reclamacions amb relació a les consultes (%)
Alimentació	326	254	0,83	2,05	77,91
Comerç /Compres	6.815	2.554	17,28	20,64	37,48
Habitatge	7.138	667	18,10	5,39	9,34
Reparacions	2.667	944	6,76	7,63	35,40
Serveis	11.283	4.438	28,61	35,87	39,33
Subministraments	11.213	3.517	28,43	28,42	31,37
Temes de consum	39.442	12.374	69,38	100,00	31,37
No és procedent	17.410	-	30,62	-	-
<b>Total</b>	<b>56.852</b>	<b>12.374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>21,77</b>



contractes com l'incompliment dels terminis o serveis contractats (17,2%), i en l'aplicació del dret de garantia (15,3%).

- **Assetjament immobiliari:** Fa dos anys, a finals de gener de l'any 2005, es va obrir dins del marc de l'OMIC un servei per atendre els casos dels afectats per l'assetjament (mobbing) immobiliari. D'ençà s'han atès un total de 725 consultes sobre aquesta qüestió (174 durant l'any 2006), detectant-se un total de 307 casos considerats com a possible assetjament.

Els motius principals han estat la manca de manteniment de la finca (32,1% al 2006) i els problemes d'higiene (amb un 14,5% dels casos). La resta de casos fan referència a diverses qüestions de tipus legal relacionades amb el contracte, a la negativa a cobrar la renda, a amenaces i altres fets de difícil comprovació. Per districtes, podem destacar que el 36,6% dels casos pertanyen a Ciutat Vella, seguida de l'Eixample (15,8%) i Gràcia

(14,8%) i la resta està molt repartida per tota la ciutat i no supera el 10% en cap altre districte.

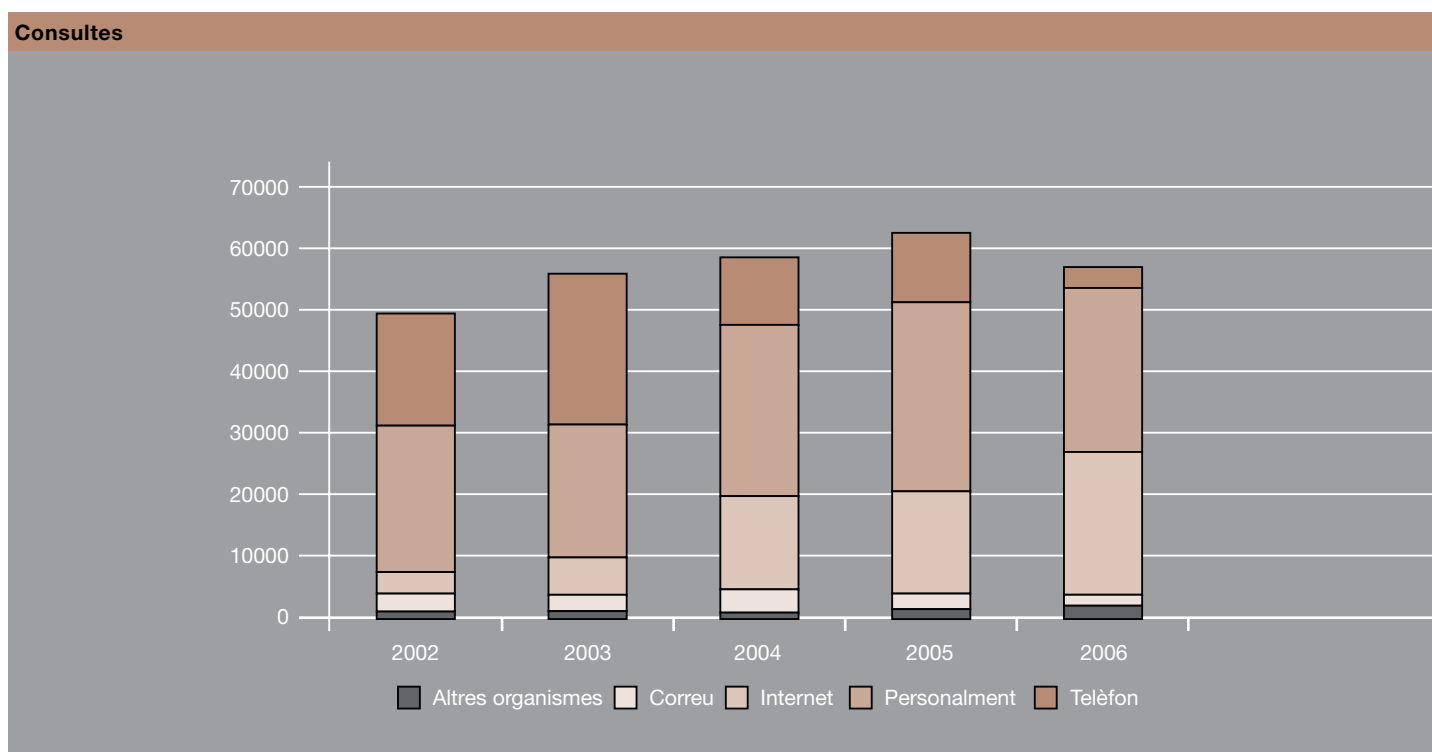
Una primera valoració de les consultes rebudes ratifica allò que es podia apreciar l'any anterior: una manca d'informació del que és i el que es pot considerar assetjament immobiliari. Prop de la meitat de les persones que han acudit a l'oficina ho van fer per temes relacionats amb el lloguer d'habitatge i per casos realment importants i greus, però que no es podien catalogar com a assetjament. En aquest sentit, cal remarcar la no renovació de contractes una vegada han passat els cinc anys o la pujada molt elevada de la renda quan se signa un nou contracte.

Encara que la via judicial és l'apropiada en aquests casos, circumscribint-se l'actuació de l'OMIC a una tasca informativa, en cinc ocasions, el tema ha quedat solucionat favorablement al reclamant. Sis casos han estat traslladats a la Junta Arbitral de Consum per intentar un arbitratge. Dos casos s'han traslladat

a la fiscalia. Deu casos han estat traslladats a altres organismes. En vint casos l'arrendatari no ha continuat els tràmits que s'havien iniciat, per la qual cosa no se sap si el tema ha derivat al jutjat o si el problema s'ha acabat solucionant. Finalment, en 65 ocasions, més del 50%, tan sols s'ha pogut facilitar informació de la via que calia seguir, per tractar-se de problemes fora de la competència de l'OMIC.

- **OMIC via Internet:** El 40,8% de les consultes i el 25,8% de les reclamacions s'han realitzat a través d'Internet. A través d'aquest mitjà s'ha incrementat el nombre de consultes i reclamacions que han arribat a l'OMIC mitjançant la pàgina web, passant de 16.610 en 2005 a 23.202 formularis rebuts al 2006. Encara que la pujada no ha estat tan espectacular com la produïda de l'any 2003 al 2005, període en el

Consultes						
	2002	2003	2004	2005	2006	Variació 2005-2006 (%)
Altres organismes	895	958	722	1.286	1.848	43,7
Correu	2.920	2.662	3.781	2.534	1.777	-29,9
Internet	3.499	6.068	15.154	16.610	23.202	39,7
Personal	23.791	21.599	27.823	30.723	26.649	-13,2
Telèfon	18.219	24.508	10.973	11.280	3.396	-69,9
<b>Total</b>	<b>49.324</b>	<b>55.795</b>	<b>58.453</b>	<b>62.433</b>	<b>56.872</b>	<b>-8,9</b>
<hr/>						
Accessos al Web	3.507.201	1.277.424	1.915.362	3.207.436	3.028.657	-5,6
Visites al Web	231.514	60.550	84.641	110.821	101.848	-8,1

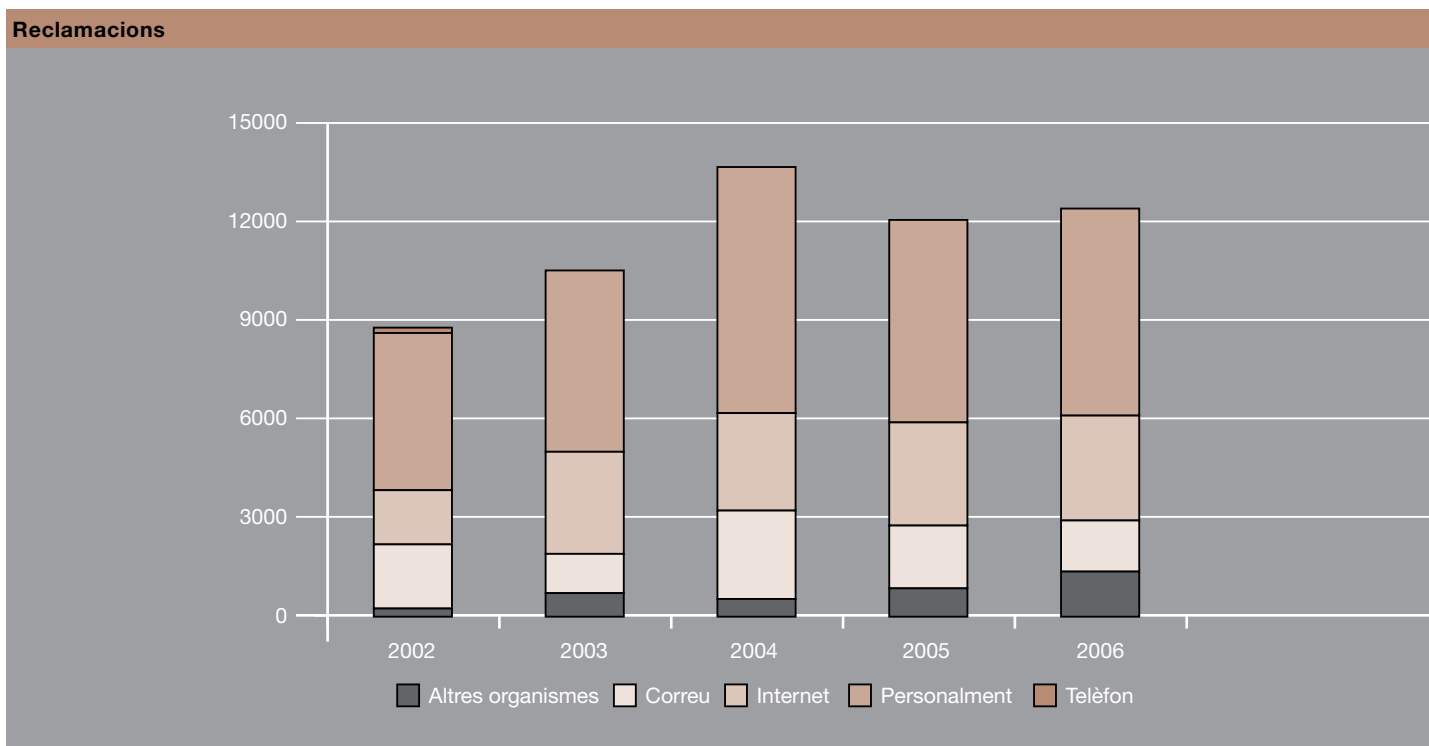


que es va passar de 6.068 als 15.154 formularis, la via Internet es consolida com una via fonamental d'accés a l'OMIC que s'obre a un perfil de consumidor diferent.

Els temes més presentats via Internet, han estat, per aquest ordre, les telecomunicacions (24,7%), els transports (8,9%) , els arrendaments d'habitatge (7,6%) i els serveis (7,4%).



Relamacions						Variació
	2002	2003	2004	2005	2006	2005-2006 (%)
Altres organismes	188	657	479	802	1.313	63,72
Correu	1.953	1.196	2.693	1.914	1.557	-18,65
Internet	1.652	3.110	2.970	3.142	3.196	1,72
Personal	4.790	5.525	7.497	6.169	6.308	2,25
Telèfon	31	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>8.614</b>	<b>10.488</b>	<b>13.639</b>	<b>12.027</b>	<b>12.374</b>	<b>2,89</b>



4

Direcció  
d'Estudis  
d'Activitats  
Econòmiques  
i Ocupació

La Direcció de Serveis d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació ha desenvolupat la seva activitat al 2006 amb l'objectiu de donar suport al sector de Promoció Econòmica per a la realització i gestió de les polítiques municipals en el camp de l'economia, l'ocupació, el comerç i el turisme. Així mateix s'han analitzat tendències actuals i futures de la situació econòmica i laboral de la ciutat per tal d'ajudar a la definició de noves línies estratègiques a desenvolupar.

Les diferents tasques per a l'acompliment d'aquests objectius s'han concretat en:

- Seguiment del pols de la ciutat a través d'un conjunt sistemàtic d'indicadors i realització d'informes periòdics. Comparació amb altres àmbits territorials.
- Redacció d'informes interns sobre branques d'activitat econòmica d'especial rellevància, variables econòmiques d'interès i la seva evolució temporal, noves línies de treball, etc.
- Assessorament, notes de premsa i facilitació d'informació tècnica sol·licitada per altres equips del sector.
- Realització d'estudis, informes i publicacions en col·laboració amb altres àrees/departaments de l'Ajuntament, Cambra de Comerç, consultores i Universitats.
- Participació en xarxes i projectes amb d'altres institucions.

L'actuació realitzada es presenta emmarcada en les línies de treball que es presenten a continuació.



## 1. Anàlisi, diagnosi i seguiment de l'evolució de l'activitat econòmica de la ciutat

L'anàlisi i diagnosi de l'activitat econòmica de la ciutat i el seu entorn resulta en diferents tipus de producte informatiu: informes periòdics sobre variables claus per al seguiment del pols de la ciutat, informes o estudis sobre àmbits o parts del teixit econòmic de la ciutat que es consideren prioritaris, informes concrets per atendre peticions puntuals del sector, etc.

El seguiment de variables rellevants es concreta en dos informes semestrals sobre les exportacions a la província de Barcelona així com sobre les inversions estrangeres al conjunt de Catalunya i la inversió d'empreses catalanes a l'exterior.

Així mateix, s'han dut a terme les publicacions sobre activitat econòmica que s'enumeren a continuació:

**La PIME a la ciutat de Barcelona**, estudi realitzat conjuntament amb PIMEC i Promoció Econòmica Interior, amb l'objectiu d'aprofundir en el coneixement de la tipologia d'empresa predominant al teixit empresarial de la ciutat de Barcelona, per a detectar els punts forts i febles de l'estructura actual i buscar noves línies de suport des de l'administració.

És la primera anàlisi sobre les petites i mitjanes empreses que té com a àmbit de referència i d'estudi la ciutat de Barcelona i inclou indicadors sobre el VAB, l'ocupació i la productivitat d'aquestes empreses.





#### Observatori de Barcelona. Informe 2006.

Cinquè informe consecutiu realitzat conjuntament amb la Fundació Barcelona, Promoció del Grup Cambra de Comerç de Barcelona, que avalua el posicionament de la ciutat respecte de les principals ciutats europees i del món. El seu objectiu és oferir referències que serveixin de base per a la presa de decisions dels agents econòmics interessats a fer negocis o establir-se a Barcelona.

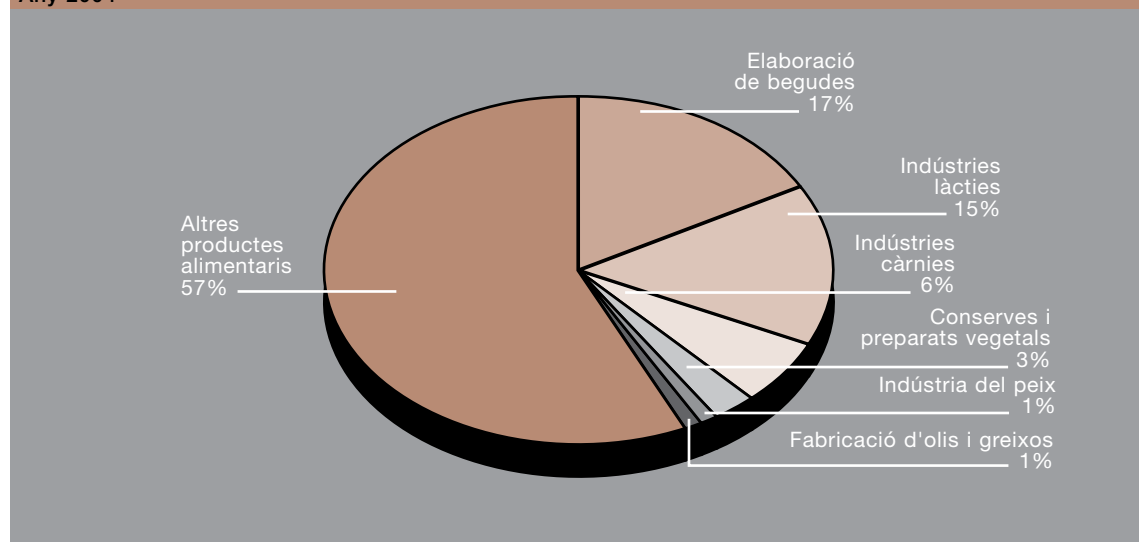
L'informe de 2006 ha augmentat el nombre d'indicadors a 45, introduint-hi 5 nous indicadors. Ha augmentat la possibilitat de comparació incrementant la mostra de ciutats a 60, tractant que aquesta tingui abast mundial, la qual cosa ja s'ha assolit en 21 indicadors. La publicació inclou un apartat de resultats i un apartat de síntesi en què es destaquen els aspectes més significatius del posicionament de Barcelona respecte de les principals ciutats europees de referència, ciutats no capitals, ciutats dels nous països membres de la UE i de les principals ciutats asiàtiques.

#### Observatori de la Dieta Mediterrània 2006.

S'ha realitzat el segon informe, impulsat conjuntament amb la Fundació de la Dieta Mediterrània, per tal d'avançar en el coneixement i la difusió d'aquest patrimoni cultural. L'informe d'aquest any recull un nombre més elevat d'indicadors qualitius i quantitatius que permeten analitzar l'adhesió a la Dieta Mediterrània a Espanya i per Comunitats Autònomes, entre 1987 i 2005; l'evolució de la mortalitat a Espanya; la producció i comerç internacional d'aliments mediterranis; i la caracterització de la indústria alimentària a Barcelona i RMB a partir de les dades d'afiliació a la Seguretat Social, així com els principals indicadors de la indústria alimentària a Catalunya i Espanya.

**El comerç a Barcelona 2005.** Es tracta del vuitè informe anual consecutiu realitzat conjuntament amb la Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament. La Direcció d'Estudis elabora l'anàlisi de les principals variables econòmiques del comerç a nivell quantitatiu oferint dades

**Estructura per branques de la indústria alimentària a Barcelona (en % sobre el total d'assalariats). Any 2004**



Font: Elaboració de la Direcció D'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació a partir de dades facilitades per la Diputació de Barcelona sobre afiliació a la Seguretat Social.

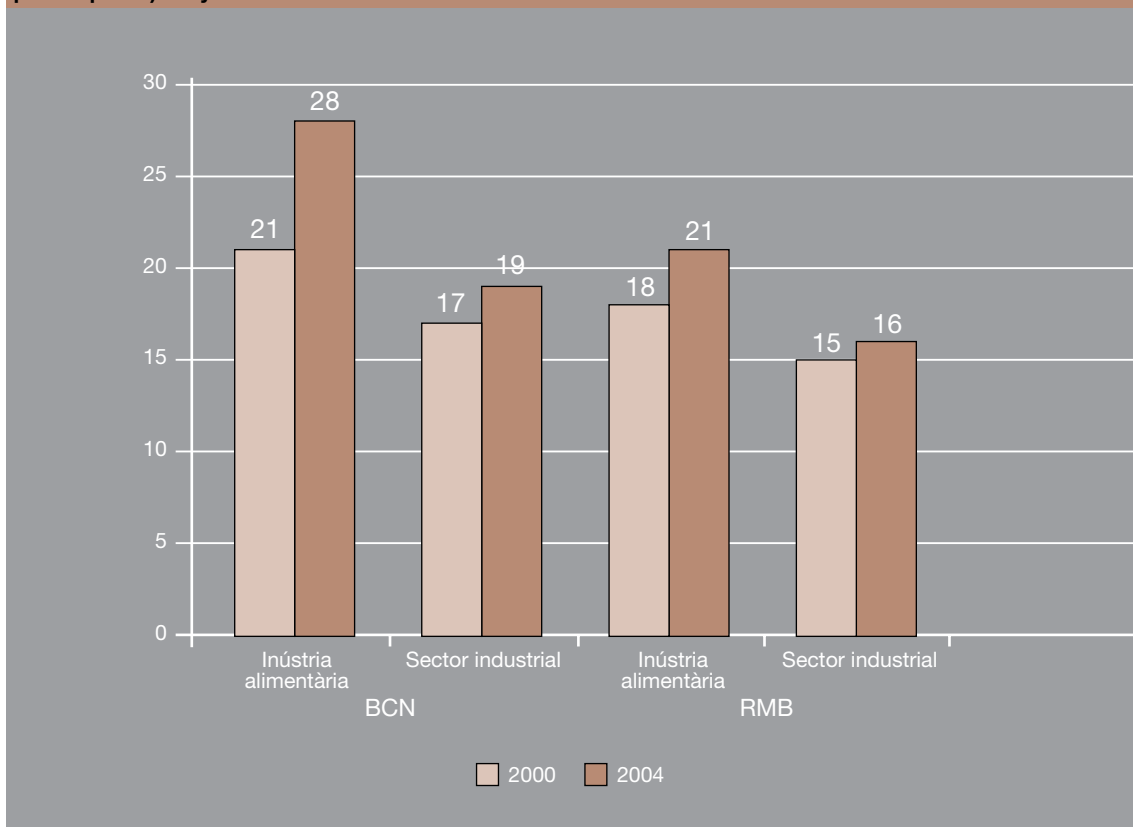
d'ocupació, facturació i PIB. Presenta així mateix els indicadors específics relatius al comerç majorista i el comerç electrònic. A més, l'informe proporciona informació detallada de l'activitat comercial en el territori de la ciutat; la valoració qualitativa del comerç segons l'enquesta d'opinió realitzada mitjançant l'Òmnibus Municipal; la promoció del comerç a la ciutat; els mercats municipals; i la imatge de Barcelona com a ciutat de compres internacional.

D'altra banda s'ha realitzat -en col·laboració amb Promoció Econòmica Interior, el CIDOB i el Consorci de la Zona Franca- un estudi sobre **Anàlisi del comportament empresarial de les firmes dels serveis a les empreses a la ciutat de Barcelona i la seva Regió Metropolitana**, que ofereix informació sobre un sector

econòmic clau en la mobilització de recursos -tangibles i intangibles- d'un territori, en la seva propensió a la innovació i també, cada cop més, com element determinant per a l'atracció de noves activitats. Per aquest motiu, es fa imprescindible conèixer en profunditat la dimensió i estructura econòmica del sector, les pautes de comportament de les empreses que en formen part i la seva evolució temporal.

Així mateix, i continuant la col·laboració amb l'Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona, iniciada l'any anterior, s'ha elaborat un segon informe sobre **La productivitat a Barcelona**, que analitza l'evolució d'aquesta variable a la demarcació barcelonina durant el període més recent, el seu comportament per sectors i els seus determinants.

**Dimensió empresarial mitjana a Barcelona i la Regió Metropolitana (nombre d'assalariats per empresa). Anys 2000 i 2004**





## 2. Anàlisi, diagnosi i seguiment del mercat de treball

La Direcció efectua el seguiment de la conjuntura laboral per encàrrec de la Regidoria d'Ocupació i Innovació. Aquesta tasca es tradueix en l'elaboració d'un informe mensual sobre atur registrat, i dos informes de periodicitat trimestral basats en les dades de l'Enquesta de Població Activa i l'afiliació a la Seguretat Social respectivament. Addicionalment, s'han elaborat i editat dues publicacions referents a aquesta temàtica.

**Informe sobre el mercat laboral de Barcelona 2005.** Setè informe anual sobre l'evolució del mercat de treball a la ciutat i el seu entorn. Ofereix i analitza indicadors del mercat laboral de Barcelona referents a activitat, ocupació, atur i contractació a partir de les dades oficials d'afiliació a la Seguretat Social, l'Enquesta de Població Activa i l'INEM. Per poder establir comparacions amb l'entorn, s'ofereixen també indicadors relatius a l'àmbit de Regió Metropolitana o Província, Catalunya i Espanya.

## Ocupació i dones a Barcelona 2004-2005.

Informe elaborat conjuntament amb Barcelona Activa que analitza el paper de la dona al mercat de treball de Barcelona els anys 2004 i 2005. Presenta indicadors i comentaris sobre l'evolució de l'activitat i ocupació femenina a Barcelona, l'atur registrat per sexes i edat, la contractació laboral i el paper de la dona al món empresarial. A més, analitza la informació sobre la participació de les dones en les activitats per a afavorir l'ocupació, la formació i la iniciativa emprenedora de Barcelona Activa entre 2004 i 2005.

## 3. Detecció i anàlisi de noves tendències en l'economia urbana

El departament també ha treballat durant 2006, en la recopilació de noves referències i fonts en temes punters per al desenvolupament de les economies urbanes com són: l'economia del coneixement, la innovació, els sectors creatius, la productivitat, la sostenibilitat, etc. intentant obrir noves línies de treball sobre els elements clau pel futur de les àrees urbanes avançades. Es recullen i es presta atenció a les bones

	Serveis empreses	Cultura, esport i lleure	Transport aeri i logística	Edició i suports enregistrats	Serveis informàtics	Correus i Telecom.
I trimestre	152.027	22.837	18.719	15.177	17.448	13.874
II trimestre	157.176	22.832	19.653	15.394	17.811	14.158
III trimestre	158.419	22.342	19.361	15.179	18.573	14.389
IV trimestre	153.634	23.530	19.189	15.113	19.221	13.654
Variació IV 05 / IV 04 (%)	4,93	6,51	3,05	-1,24	9,42	0,21

	Serveis personals	Activitats mediamb.	Fabricació mat. elec.	Fab. equips instr. prec.	Recerca i Desenv.	Total emergents
I trimestre	16.939	6.547	1.567	1.881	3.096	270.109
II trimestre	17.390	6.883	1.202	1.886	3.228	277.613
III trimestre	17.668	6.810	1.189	1.857	3.288	279.075
IV trimestre	17.702	6.755	1.186	1.870	3.312	275.166
Variació IV 05 / IV 04 (%)	12,59	8,37	-28,55	-4,25	8,52	4,93

Font: Elaboració de la Direcció D'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona.

pràctiques i innovacions que realitzen altres ciutats de l'estat, i a nivell internacional.

A partir de la recopilació i anàlisi d'aquesta informació, així com la concreció d'estudis de profunditat conjuntament amb d'altres agents econòmics i acadèmics de la ciutat, es pretén avançar en l'establiment d'escenaris i tendències, el disseny, la selecció i seguiment d'indicadors, o la realització d'informes sobre l'estat de la qüestió que permetin generar noves polítiques i accions de promoció econòmica.

En aquesta línia, cal destacar l'elaboració d'un conjunt d'indicadors sobre innovació en col·laboració amb Barcelona Activa.

#### 4. Coordinació d'informació del sector

Per primer vegada, la Direcció d'Estudis ha coordinat el procés d'elaboració i edició del document **Destacats del Sector de Promoció Econòmica 2005**, que aplega la tasca desenvolupada des d'aquest sector en les àrees de Promoció Econòmica Exterior, Promoció Econòmica Interior, Comerç i Consum, Promoció del Turisme i Qualitat de Vida, Ciutat del Coneixement, Barcelona Activa i l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona, a més de la pròpia Direcció.

Així mateix, s'ha participat en la confecció de les línies estratègiques del sector i la selecció i seguiment d'un conjunt d'indicadors d'activitat i gestió que permeten avaluar el grau d'acompliment del Programa d'Actuació Municipal per part dels diferents àmbits que el componen.

#### 5. Representació en òrgans i projectes tècnics amb participació d'altres institucions

La Direcció representa l'Ajuntament de Barcelona a la Xarxa d'Observatoris de Desenvolupament Local (XODEL) de la Província de Barcelona que coordina la Diputació de Barcelona.

D'altra banda, la Direcció d'Estudis participa en el projecte Europeu ACRE - *"Accommodating Creative Knowledge in Urban Areas: Competitiveness of European Metropolitan Regions within the Enlarged Union"*, finançat per la UE sota el VIè Programa Marc. Hi participen tretze Regions Metropolitanes de l'Europa de l'Est i Europa Occidental. El seu objectiu principal és determinar l'impacte de la "classe creativa" emergent i l'impuls de les indústries creatives en la competitivitat dels diferents tipus de Regions Metropolitanes de la UE ampliada. La participació de Barcelona està dirigida i coordinada per la Universitat de Barcelona, que lidera el partenariat local format per diferents experts d'entitats representatives de la ciutat.



5

Promoció de  
Turisme i Qualitat  
de Vida

L'actuació municipal en l'àmbit del turisme té en compte tant l'impacte econòmic del turisme, com la gestió dels aspectes logístics vinculats al turisme, la convivència entre veïns i turistes, així com la preservació dels valors culturals de la ciutat.

Les accions de turisme desenvolupades per l'Ajuntament de Barcelona durant el 2006 segueixen les línies previstes en el Programa d'Actuació Municipal per al període 2004-2007, que engloben: reforçar l'atractiu turístic de Barcelona; promocionar el turisme cultural a la ciutat; posicionar Barcelona internacionalment; potenciar i donar valor al fet diferencial de Barcelona i Catalunya; considerar el fet metropolità com un factor més de la realitat turística de Barcelona; promoure el turisme jove i familiar; i potenciar l'oferta d'itineraris alternatius per la ciutat.

## 1. Promoció del turisme

En relació a la promoció turística de la ciutat, bàsicament s'han desenvolupat accions promocionals que inclouen viatges de familiarització (adreçats a agències de viatges i tour operadors, a agències especialitzades en reunions i congressos i als mitjans de comunicació), presentacions, conferències, seminaris o actes similars, presència en fires, participació en *workshops*, així com visites comercials. El nombre d'accions promocionals implementades per Turisme de Barcelona ha estat de 363, com mostra el quadre següent:

Acció promocional	2006
Viatges de familiarització	102
Presentacions, conferències, seminaris i altres actes	37
Presència en fires	35
Visites comercials	136
Participació en <i>workshops</i>	49
Presentacions especials	4
<b>Total</b>	<b>363</b>



S'ha promocionat la renovada oferta cultural de la ciutat, enguany centrada en Picasso 2006 BCN i l'Any del Comerç 2005-2006, així com el tram final de l'Any de l'Alimentació, la Cuina i la Gastronomia 2005-2006, que ha homenatjat la tradició de la cuina catalana amb un total de 412 actes.

Així mateix, la pàgina (www.barcelonaturisme.cat) ha ampliat les seves funcions amb la posada en marxa de la plataforma per a la comercialització de serveis i productes turístics, tant del mateix consorci com de l'oferta general de la ciutat. També ha estat una novetat la possibilitat de cursar-hi reserves hoteleres per a establiments hotelers d'altres municipis.

La pàgina *online* de Turisme de Barcelona, que actua com a cara turística de Barcelona al món, ha tingut durant l'any 2006 més d'un milió de visitants, amb un total de 16,5 milions de pàgines vistes.

Complementàriament, s'ha convertit en una pàgina realment útil per a les persones que busquen informació turística de Barcelona. Així es desprèn del *PageRank* que li atorga Google, que és de set en una escala fins a deu. El web de Turisme de Barcelona té el mateix *PageRank* que el de les empreses de promoció turística de ciutats com Londres, Nova York i París, i millor classificació que els de Berlín (6) i Roma (6), entre d'altres



## 2. Comportament de les principals variables turístiques de Barcelona

Barcelona continua amb un creixement en turistes (+20,5%) i pernотacions (+19,2%) superior a la mitjana de les principals ciutats europees. És aconsellable, però, no comparar aquests índexs de creixement amb els d'altres exercicis, perquè l'any passat es va operar un canvi de metodologia en l'obtenció de les dades

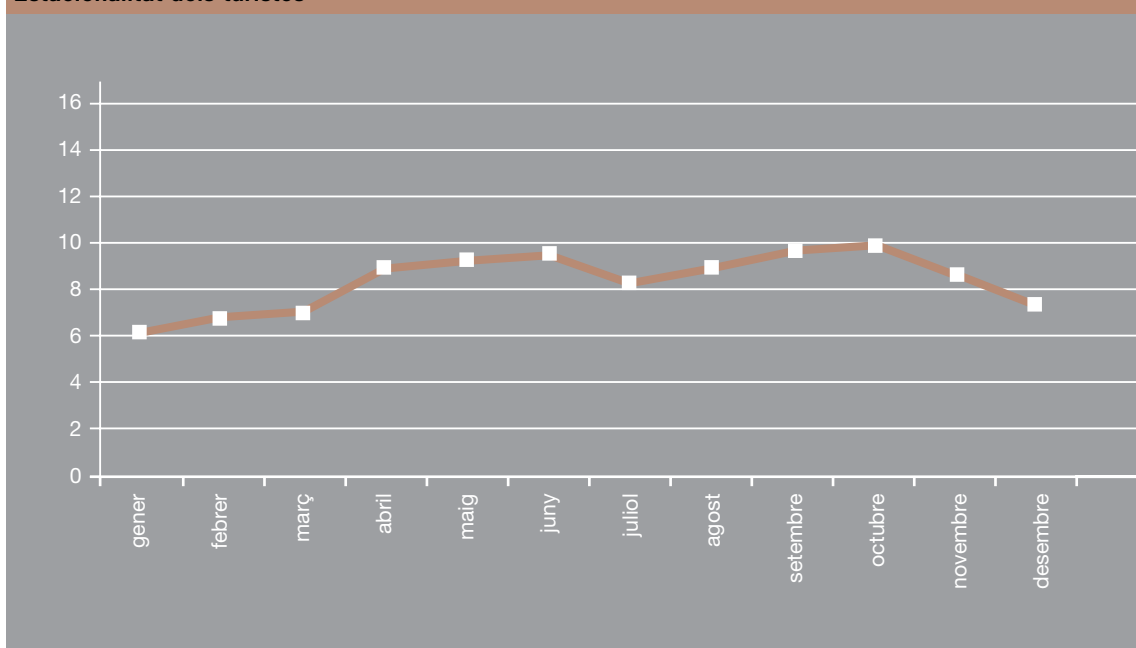
	1990	1995	2000	2004	2005	2006 (*)	% var.
Turistes	1.732.902	3.089.974	3.141.162	4.549.587	6.029.700	7.187.923	+20,5
Pernотacions	3.795.522	5.674.580	7.777.580	10.148.238	10.047.526	12.110.785	+19,2
Nºhabitacions	10.265	15.076	16.561	23.739	25.355	26.968	+6,4

(\*) Canvi de metodologia

Nombre de turistes segons nacionalitat (%)							
	1990	1995	2000	2002	2004	2005	2006
Estat espanyol	51,2	37,0	31,3	32,9	32,0	30,8	29,5
Europa	21,8	40,1	39,5	44,8	48,5	49,7	50,2
Altres continents	27,0	22,9	29,2	22,3	20,9	19,5	20,3

Font: Barcelona Turisme

### Estacionalitat dels turistes



estadístiques, pensat per equiparar els números de Barcelona amb els càlculs de l'INE.

Després del creixement del parc hotel·ler de 1.616 habitacions l'any anterior, durant 2006 s'ha reproduït el mateix patró de conducta en la capacitat d'acollida de la ciutat, que s'ha

incrementat en 1.613 noves habitacions. Tot i aquest augment, l'ocupació dels establiments hotelers ha experimentat una alça en relació als índexs de 2005. Concretament, la ciutat ha tingut una ocupació del 77,7% durant tot l'any, un 2,3% més que l'exercici precedent.

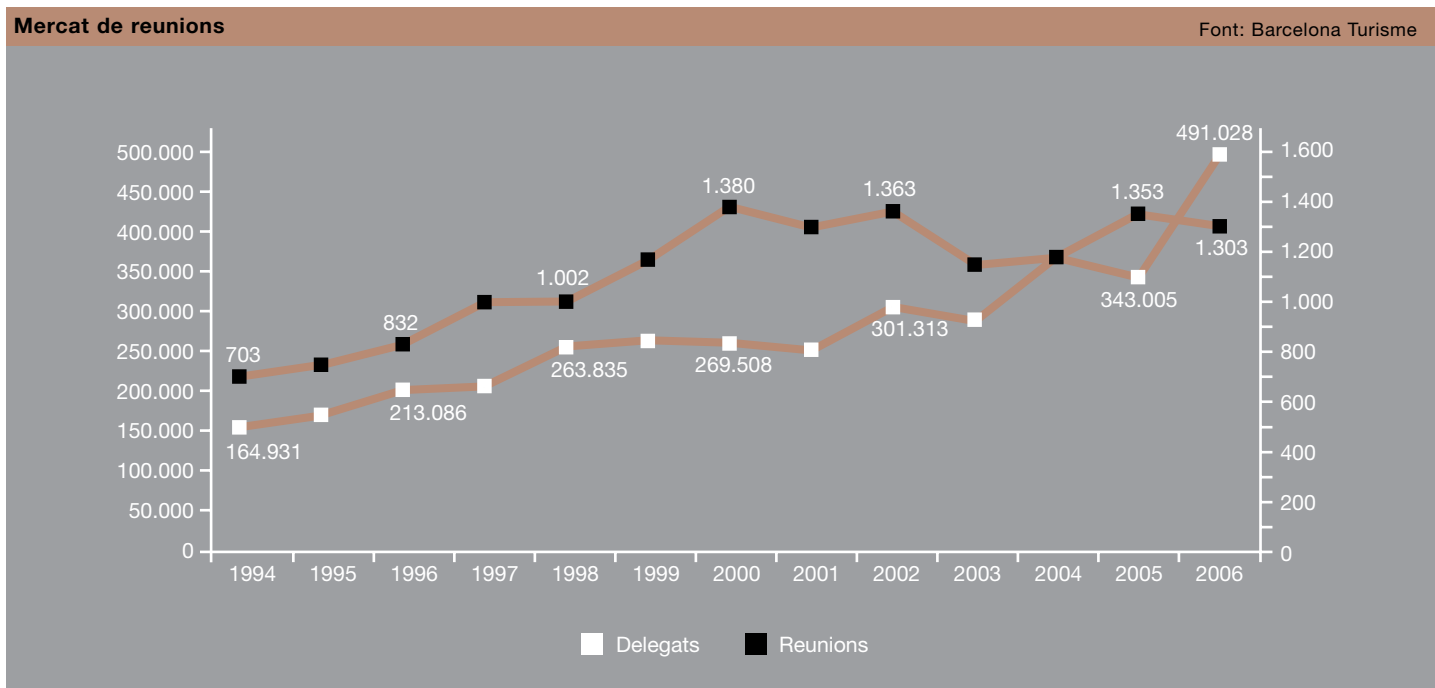


L'increment del nombre de turistes ha tingut, lògicament, una traducció en la despesa en targeta de crèdit efectuada pels visitants a la ciutat, que ha representat 1.096.041.631 euros l'any 2006, amb un significatiu augment del

33,4% respecte l'any anterior, i que representa el 21,3%, en primera posició, de la despesa del conjunt de l'Estat Espanyol. El creixement de la despesa s'ha vist reforçada per les actuacions, i els resultats, en els segments turístics de més

MERCAT DE CREUERS	1990	1998	2002	2005	2006
Passatgers	115.137	466.268	843.686	1.228.561	1.407.179
Creuers	207	447	633	689	714

Font: Port de Barcelona.Barcelona Turisme



valor afegit, com poden ser el mercat de creuers (1.407.000 creueristes, +14,5%), el turisme cultural amb més de 15 milions de visites a equipaments culturals i el turisme de reunions (+43,2%). Cal recordar que el turisme professional (negocis, convencions, congressos i fires) representa, aproximadament, el 50% del total de turisme a la ciutat.

El procés de canvi del comportament turístic, l'abaratiment dels costos en el transport i l'ús intensiu d'Internet estan provocant modificacions en l'evolució turística de la ciutat. Hi ha un descens de l'estada mitjana, augmenten el nombre d'escapades anuals que fa cada consumidor, s'incrementa la desestacionalització del turisme i creix la despesa en destinació dedicada a restauració, oci i serveis. La visites a equipaments culturals i lúdics (19,9 milions durant 2006) també s'han vist beneficiades per l'activitat turística, ja que es calcula que al voltant del 65% de les seves visites són fruit del turisme.

La desestacionalització és positiva perquè treu pressió a la congestió de l'espai públic i reforça la sostenibilitat econòmica.

### 3. Congressos, convencions i creuers

Barcelona, com a principal port turístic europeu, ha crescut en un 14,5% pel que fa a creueristes durant 2006, i s'acosta a la xifra d'un milió i mig de creueristes anuals, que bé es podria sobrepassar durant 2007.

El 2006 s'han celebrat importants congressos de caràcter internacional a la ciutat, en especial el *3GSM World Congress*, el saló de telefonia mòbil més important del món, que va reunir més de 50.000 experts, i el Congrés Mundial de Cardiologia que va agrupar més de 30.000 assistents, així com les dues edicions del *Bread & Butter*, saló internacional i professional de la moda urbana. Es tracta d'esdeveniments significatius pel que representen per al prestigi de Barcelona, així com pel repte que suposen per a la ciutat, que ha assumit en col·laboració amb les diferents institucions.

Paral·lelament s'han celebrat a Barcelona un important nombre de congressos, reunions, convencions, etc. de dimensió més petita. Així, a la ciutat s'han organitzat 1.303 reunions durant 2006, de manera que s'han acollit 3,5 trobades al dia, de mitjana.





6

Ciutat del  
Coneixement

El futur del nostre país passa per la consolidació d'un teixit social i empresarial basat en la innovació i en l'aplicació de les tecnologies de la informació i les comunicacions en tots els àmbits. El coneixement esdevé clau com a valor competencial per a fer possible aquesta consolidació. Barcelona, com a capital de Catalunya, ha de ser el motor de la societat del coneixement.

Cal fer de la nostra ciutat un centre referencial d'innovació, capaç d'aglutinar talent i esperit emprenedor. La interacció entre els centres de recerca, les administracions i les empreses és una aposta estratègica molt important per a convertir-nos en aquest pol d'atracció. Així mateix, cal estar atent per evitar la fracturació digital de la societat, contribuint a que tots els ciutadans tinguin accés en igualtat de condicions a les tecnologies de la informació i les comunicacions. Cal també treballar des de la complicitat amb tots els actors participants en el desenvolupament tecnològic, millorant les interaccions entre ells, per garantir polítiques més eficaces i competitives.

La Regidoria de Ciutat del Coneixement va ser, durant el 2006, l'encarregada de plasmar aquest ideari en forma d'actuacions, treballant en el

desenvolupament d'una societat des del coneixement i amb el coneixement, a través de les eines de les quals disposa. És un agent actiu en l'impuls de les polítiques de promoció i difusió de la recerca i la innovació, i en la implantació de projectes que vertebrin una ciutat tecnològicament i socialment avançada.

Les actuacions realitzades l'any 2006 són les següents:

### **1. Campanya de cibercivisme: prevenció a la xarxa**

Al llarg del 2006, s'ha finalitzat la campanya endegada el 2005 amb la intenció d'alertar a la societat en general respecte a la proliferació d'un seguit de nous delictes (phishing, pharming, estafes, etc...). Per això s'ha procedit a la publicació i difusió d'un díptic on s'expliquen aquests delictes així com la manera de prevenir-los.

A més s'ha dedicat un d'aquest díptics de manera exclusiva a la problemàtica dels menors a Internet així com a divulgar unes pautes als adults que facin més segura la utilització d'aquestes noves TIC per part de la població infantil.





## 2. Canal del coneixement

S'ha consolidat el Canal del Coneixement ([www.bcn.cat/canalconeixement](http://www.bcn.cat/canalconeixement)). Es tracta d'una iniciativa que pretén posar a l'abast dels ciutadans, des d'un sol portal web, tota la informació sobre l'àmbit del coneixement que es genera o està relacionat amb Barcelona. En aquest sentit, s'hi inclouen tot tipus de notícies generades tant per institucions com per altres instàncies i té l'objectiu de convertir-se a mig termini en una web de referència.

## 3. Alfabetització digital

Aquest eix ha estat una constant al llarg de la legislatura 2003-07. Durant l'any 2006 el treball desenvolupat ha consistit en una iniciativa capdavantera al nostre país, que és la publicació d'un manual de programari lliure en català, amb el títol de "Quaderns de Formació Tecnològica" i que sota el format de 7 fascicles de distribució periòdica (5 dels quals s'han emès el 2006 i 2 més al 2007) ha recorregut les aplicacions més significatives del programari lliure.

L'èxit d'aquesta iniciativa descansa sobre dos pilars: el primer, la col·laboració de tots els agents socials que d'alguna manera tenen alguna relació amb aquest tema (empreses, desenvolupadors, professors, etc.) i el segon, els potencials usuaris (centres educatius de Catalunya, centres cívics, casals gent gran, etc.).

## 4. Promoció aeronàutica i de l'espai (la comunitat de ciutats Ariane)

Des de Ciutat del Coneixement s'ha donat un fort impuls a la participació de Barcelona en la Comunitat de Ciutats Ariane (CVA), organització vinculada al projecte espacial europeu. Es va assolir la Presidència de l'organització per als anys 2005-2006, la qual cosa ha comportat un divers programa d'activitats de promoció del sector aeronàutic i de l'espai, entre els que destaquen els següents:

**La Nit dels Astronautes.** Acte estructurat sota la direcció de Pedro Luque i d'altres astronautes europeus, amb la intenció de divulgar a la nostra ciutat els temes lligats al món de l'aeronàutica. A un altre nivell, calia aprofitar l'esdeveniment per divulgar la marca BCN en tots aquestes aspectes susceptibles d'incorporar la nostra ciutat en aquests circuits. Es va aprofitar l'avinentsa per la presentació del "Menú BCN per astronautes".

**Observacions del Cel.** Acte divulgatiu de cultura científica, on es pretén apropar al públic en general i, en particular als més joves, a la observació astronòmica. L'estructura de l'acte va consistir en una observació nocturna dels estels, guiada i comentada per personal expert en aquest àmbit. Es procura que l'observació coincideixi amb algun esdeveniment especial (eclipsi parcial d'algun planeta, etc.).

**Beques ISU.** El sector aeronàutic, d'alt component tecnològic i que aporta valor afegit, es considera d'importància estratègica per a la nostra ciutat. Ens cal disposar de professionals capacitats i amb la formació necessària per desenvolupar tasques de responsabilitat en



aquest àmbit. Per tot això, la Regidoria va arribar a un acord en forma de conveni amb la Internacional Space University. Aquesta institució acadèmica internacional es dedica a impartir Màsters i Postgraus adreçats a enginyers i universitaris d'altres branques, per tal que rebin la formació adient que els permeti la incorporació en el sector aeronàutic.

### **5. 1eres Jornades de robòtica**

La robòtica, a l'igual que l'aeronàutica, és un sector atractiu pel seu alt grau de tecnologia i per la seva potencialitat com a motor d'economia del coneixement. Per aquest motiu, des de la Regidoria s'han impulsat les jornades de robòtica, amb la voluntat de consolidar-les any rere any. En aquesta ocasió, l'acte va fer confluïr el tradicional "Concurs de Robòtica de la AESS de la UPC" amb d'altres activitats divulgatives, adreçades fonamentalment a la població infantil i juvenil (Taller de robòtica, construcció de satèl·lits a partir de retallables).

### **6. Projectes amb les universitats**

S'ha fomentat la relació amb totes les universitats de Barcelona, mitjançant el suport mutu i el desenvolupament de projectes conjunts. Pel que fa a iniciatives ja realitzades, s'ha col·laborat en projectes com els Premis de Robòtica (UPC), o els cursos d'estiu Els Juliolis de la UB.

### **7. Exposició bombardeig de Barcelona**

Les noves tecnologies també tenen aplicacions en l'àmbit de les ciències socials, i en el cas de l'història, poden jugar un paper fonamental de cara a facilitar l'explicació dels fets del passat. En aquest sentit, i conjuntament amb el Museu

d'Història de Catalunya, es va arribar a l'acord de realitzar a les instal·lacions d'aquesta institució, una exposició sobre els bombardeigs de Barcelona durant la guerra civil.

L'objectiu de l'exposició és habilitar un espai on s'articulen, a partir del discurs museogràfic i l'aplicació de les noves tecnologies de 3D, els coneixements històrics i documentals relatius al tema, a la vegada que es recullen les experiències del passat i les impressions i inquietuds que aquestes vivències generen a la nostra ciutadania en l'actualitat.

### **8. Premi i.g.c. "ciutat del coneixement a l'ús social de les TIC"**

Difondre les noves tecnologies digitals de la informació, la comunicació i el coneixement entre el conjunt de la ciutadania; promoure l'ús qualitatiu d'aquestes tecnologies per tal que el barcelonins i barcelonines emprin els avenços tecnològics a les seves activitats quotidianes, professionals i de lleure; aquests són alguns dels objectius de la Regidoria de Ciutat del Coneixement. Es tracta de socialitzar les TIC, i fer-les arribar fins aquells que tenen més dificultats per accedir-hi.

En aquesta línia s'emmarca la concessió dels premis Ciutat del Coneixement, en el marc de l'*Internet Global Congress*. Aquests premis es donen a entitats, col·lectius o iniciatives privades que aposten per un ús social de les tecnologies de la informació i les comunicacions.



7

Barcelona  
Activa

Barcelona Activa és l'Agència de Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona, l'instrument per al disseny i execució de les seves polítiques d'ocupació, innovació i creació d'empreses. Compromesa amb les necessitats de les persones que busquen feina, l'ampliació de la iniciativa emprendedora, la promoció de la innovació i la millora en l'accés a l'ocupació, Barcelona Activa ha basat la seva actuació en la orientació al client, la concertació, el pacte i la cooperació i ha obtingut resultats amb transparència i qualitat.

L'any 2004 es va posar en marxa el Pla d'acció 2004-2007, aprovat pel Consell d'Administració de Barcelona Activa, on es recullen les principals línies d'activitat de l'Agència, els seus compromisos i els seus objectius. El Pla d'Acció de Barcelona Activa fixa 7 línies d'activitat (promoció de la iniciativa emprendedora; consolidació de noves empreses; accés, inclusió i millora de l'ocupació, formació i millora competencial; noves oportunitats d'ocupació; promoció de la innovació; i divulgació i capacitació tecnològica) i estableix cinc compromisos (garantir la participació paritària en el conjunt de les accions de l'Agència; actuar des de la cooperació i la complementarietat; treballar en concertació amb els agents socials; vertebrar una organització que treballa amb qualitat i orientada al client; i reforçar el posicionament de Barcelona Activa com Agència de Desenvolupament Local).

## Barcelona Activa, motor d'ocupació i innovació

L'any 2006 Barcelona Activa ha atès, a través del seu ampli i variat conjunt de programes i activitats, un total de 154.573 participants, una dada que indica que l'interès ciutadà en vers la iniciativa emprendedora, la innovació, les noves tecnologies i el món del treball no només es manté, sinó que s'incrementa any rere any. Una xifra de participants que indica també com les novetats introduïdes en els darrers anys per Barcelona Activa en les metodologies d'acompanyament als usuaris, l'ús intensiu de les noves tecnologies i una programació flexible d'activitats sempre orientada al client, han estat una eina que ha permès optimitzar els excel·lents equipaments amb què compta l'agència.

### 1. Promoció de la iniciativa emprendedora

En matèria d'iniciativa emprendedora, l'elevat volum de participants, prop de 40.000, indica que existeix a la ciutat una demanda contínua de serveis i suport per a la creació d'empreses, que troba resposta en les propostes útils, flexibles i innovadores de l'agència. Un total de 1.182 nous projectes empresarials han estat acompanyats per l'agència municipal l'any 2006. Des de les sessions d'aproximació a la creació d'empreses (Emprendre amb Barcelona Activa és fàcil) o les càpsules formatives sobre

Barcelon**a**ctiva



"El que cal Saber per Emprendre", passant per l'assessorament personalitzat, els programes a mida de col·lectius o les potents eines multimèdia que permeten gran autonomia en l'anàlisi i construcció de la idea de negoci, la comunitat emprenedora, en constant renovació, s'identifica i participa en l'ampli ventall d'oportunitats que Barcelona Activa posa al seu abast per transformar la seva idea de negoci en una empresa real amb garanties de futur. Un conjunt de més de 600 activitats que es renova contínuament amb metodologies i continguts i que s'ha vist ampliat l'any 2006 amb la nova versió del Pla d'Empresa On Line i la posada en marxa del Test-Idea, aplicatius que venen a consolidar l'aposta de l'agència per un model mixt d'acompanyament a emprenedors.

## **2. Suport a la consolidació d'empreses**

Barcelona Activa, en línia amb les directrius fixades en el seu pla d'acció, ha protagonitzat un fort impuls en el suport i foment del creixement empresarial amb l'estructuració i posada en marxa del programa SALT, una completa bateria d'eines i recursos clau que tenen l'objectiu de permetre les joves empreses superar amb èxit, totes les fases de creixement: accés a finançament, millora de la capacitat de venda, suport en la gestió, assessorament estratègic i accés a mercats internacionals. Així mateix, s'ha consolidat l'aposta per a la cooperació empresarial a través de la Xarxactiva

d'empreses, que ha assolit les 525 empreses membre i ha organitzat 84 accions per al foment de la cooperació i el networking. D'aquesta manera, l'ampliació dels programes per a la consolidació de noves empreses, impulsats per l'agència, s'ha traduït en un increment en el nombre d'empreses participants, arribant l'any 2006, a 3.363 empreses participants. També cal destacar l'augment en el grau d'innovació de les 122 empreses que han estat instal·lades durant 2006 als entorns d'innovació de Barcelona Activa (viver Glòries i parc tecnològic Barcelona Nord).

## **3. Noves oportunitats d'ocupació**

Porta22, Espai de noves ocupacions, manté la tendència d'increment del nombre d'usuaris en les seves activitats i espais, amb més de 35.000 participants anuals. L'aposta per apropar les noves oportunitats d'ocupació a un major nombre de centres educatius a través del programa de grups de Porta22, així com el compromís per ampliar i renovar els continguts del seu programa d'activitats, han fet possible aquest increment continu en el nombre de persones ateses des de Porta22. L'any 2006 un total de 587 grups han participat en les diferents activitats dissenyades per a escoles, instituts i col·legis professionals, mentre que les 341 accions organitzades en el marc del programa d'activitats de Porta22, adreçades a persones que cerquen feina, moltes d'elles en actiu, i/o



que volen millorar les seves competències professionals, han estimulat un increment de la demanda, que ha arribat a 5.434 participants.

#### **4. Divulgació i capacitació tecnològica**

L'espai per formar-se i créixer amb Internet, Cibernàrium, continua duent a terme una important i necessària tasca de divulgació i capacitació tecnològica que permet a professionals, emprenedors, estudiants, i a la ciutadania en general, una actualització contínua dels seus coneixements sobre les darreres novetats i innovacions en l'àmbit d'Internet. L'especialització de la seva oferta ha caracteritzat l'actuació de Cibernàrium durant 2006. Així, les persones amb menys coneixements poden disposar d'una àmplia i renovada oferta de càpsules i tallers que els permeten descobrir, conèixer i aprendre a utilitzar les eines digitals, mentre que les empreses i els professionals disposen d'un programa d'activitats permanentment actualitzat i especialitzat en el món de l'empresa, la innovació i el disseny web. Més de 25.000 participants han estat capacitats tecnològicament en les més de 3.500 hores de formació de les càpsules i tallers que cada dia s'ofereixen des del Cibernàrium, unes instal·lacions que, en total, van acollir 50.629 participants l'any 2006. És també de destacar, l'estreta col·laboració existent amb la Universitat Autònoma de Barcelona amb qui el Cibernàrium manté una intensa relació de col·laboració per a les activitats de divulgació i capacitació tecnològica. La qualitat de les activitats de capacitació tecnològica que s'ofereixen des del Cibernàrium ha implicat el reconeixement d'aquestes hores de formació com a crèdits acadèmics de lliure elecció per part de la universitat.

#### **5. Accés, inclusió i millora de l'ocupació**

Els programes i activitats de Barcelona Activa en matèria d'accés, inclusió i millora de l'ocupació han comptat durant 2006 amb un total de 17.292 participants. Aquest ha estat l'any de tancament de la Casa d'Oficis de l'Espectacle, a través de la qual s'han format 48 joves en ocupacions de les arts escèniques demandades pel sector cultural. L'excel·lent qualificació professional assolida pels participants va possibilitar l'organització conjunta amb la Fura dels Baus, de l'espectacle pilot Pau NauMon. En total, 1.146 persones es van qualificar professionalment a través dels diferents programes experiencials que Barcelona Activa va conduir per a formar persones en situació d'atur, a través de l'experiència laboral en obres i serveis d'interès col·lectiu. Així mateix, ha estat l'any de posada en marxa del programa Barcelona Avança en Ocupació i Inclusió, a través del qual més de 300 persones han seguit diferents itineraris per a la seva inserció laboral en diversos sectors i perfils professionals. També s'ha iniciat durant aquest any un nou programa per a la reinserció sociolaboral de persones provinents de la venda ambulants no autoritzada. L'agència ha continuat formulant programes i accions per facilitar i millorar la posició de les persones al mercat laboral, fent especial èmfasi en aquells col·lectius amb especials dificultats.

#### **6. Formació per a la millora competencial**

L'oferta de formació de Barcelona Activa per a l'any 2006 ha assolit alts nivells d'especialització en sectors estratègics per a la ciutat com les noves tecnologies i els serveis a les persones. Amb 2.379 alumnes en formació, l'oferta formativa de Barcelona Activa s'ha dirigit bé a persones en cerca activa d'ocupació i que





necessitaven d'un complement formatiu de qualitat associat a unes pràctiques professionals, bé a professionals en actiu de petites empreses que amb la formació contínua oferta per Barcelona Activa, han disposat d'un important complement per a la millora professional.

### **7. Promoció de la innovació**

L'any 2006 ha estat també l'any de la posada en marxa de la web Barcelona Innova, amb un ampli catàleg de continguts per difondre i estimular la innovació a Barcelona. En el marc de les accions per a la promoció de la innovació a Barcelona, també s'ha començat a produir el programa de televisió "Barcelona Innova", que es començarà a emetre al gener de 2007 i que té com objectiu la divulgació de la innovació a través de càpsules de casos d'èxit, entrevistes a persones innovadores, etc., i s'han impulsat múltiples accions de diversa tipologia per posicionar Barcelona en el mapa europeu de la innovació, com ara la col·laboració en el *European Venture Contest* i en l'impuls de la iniciativa europea *Echallenges*, i per difondre i afavorir la innovació entre el teixit empresarial.

### **8. Cooperació internacional**

Finalment, cal fer una menció destacada del congrés internacional *Let's Go4Growth* organitzat per Barcelona Activa durant 2006, que, adreçat a decisors polítics i equips tècnics, ha tingut per objectiu promoure noves estratègies locals per a l'impuls del creixement i la innovació d'empreses globals. Aquest congrés professional va atraure 213 congressistes nacionals i internacionals. Així mateix, les actuacions de Barcelona Activa en matèria de cooperació internacional tornen a reflectir la posició de referent a escala local, nacional i internacional que ocupa l'agència municipal en

l'àmbit de les polítiques actives d'ocupació i suport a l'empresa. Exemples d'aquesta posició són la transferència, per part de Barcelona Activa, del seu model d'atenció a emprenedors a la ciutat de Bogotá, de l'aplicatiu Pla d'Empresa On Line a les ciutats de Mataró, Terrassa i al Pla de l'Estany, i de la transferència de continguts i metodologies innovadores de Porta22 a Mataró i a la comarca del Bidasoa.

### **9. Barcelona Activa, 20 anys activant futur**

El desembre de 1986 es constituïa Barcelona Activa com a ferma aposta municipal per promoure ocupació i empreses de qualitat i amb sentit de futur, en una etapa marcada per les reconversions industrials i taxes d'atur de dos dígitos. Des d'aleshores, l'agència municipal no ha deixat d'innovar en la manera de donar resposta, tot anticipant-se als canvis, a les necessitats dels ciutadans, les empreses i la ciutat.

Barcelona Activa ha estat pionera en el disseny i implantació de múltiples accions que han estat i són referents a escala nacional i internacional; el seu viver d'empreses, posat en marxa l'any 1987; el programa de detecció i acompanyament a dones emprenedores Odame, creat també l'any 1987; els programes experiencials i la incorporació de perfils ocupacionals emergents; *Barcelonanetactiva*, el primer viver virtual d'Europa; el Parc Tecnològic Barcelona Nord, cluster tecnològic i pol·dinamitzador de l'activitat econòmica a Nou Barris; el Cibernàrium, l'espai per formar-se i créixer amb Internet; Porta22, l'espai de les noves ocupacions; multitud de programes a mida per afavorir l'accés a l'ocupació i a la creació d'empreses per part de col·lectius amb especials necessitats; el Dia de l'Emprenedor, la macrojornada per a emprenedors; entre d'altres exemples.

Més d'un milió de participants avalen la proximitat i la cultura de servei al ciutadà de Barcelona Activa: en aquests 20 anys, Barcelona Activa ha comptat amb 1.008.303 participants a les seves activitats. L'agència ha acompanyat 11.892 nous projectes empresarials des de la idea de negoci al pla d'empresa, dels quals prop de 7.000 s'han constituït en empreses creadores d'ocupació i oportunitats per a altres persones. La consolidació i el creixement empresarial ha estat la prioritat del viver d'empreses i el Parc Tecnològic Barcelona Nord, on 574 empreses hi han estat instal·lades utilitzant les millors infraestructures, rellevants contactes i formant part d'una gran concentració d'empreses innovadores.

Així mateix, prop de 100.000 persones aturades han trobat feina participant en algun dels 32 programes per a l'accés, la inclusió i la millora professional que Barcelona Activa ha posat a disposició de les persones amb més dificultats d'accés al mercat de treball. 45 espais de la ciutat, entre ells antigues fàbriques, mercats,

jardins, masies, horts urbans, equipaments esportius o muralles romanes, han estat millorats mitjançant els programes experiencials de Barcelona Activa, amb el que 14.909 persones aturades amb especials dificultats han treballat aprenent i han après treballant.

En 8 anys, 326.999 participants han fet seves les noves tecnologies al Cibernàrium, l'espai on aprendre i créixer amb Internet, amb l'oferta local més àmplia d'alfabetització i capacitat digital del país. 40.431 persones s'han format i han millorat les seves habilitats i competències mitjançant els més de 2.000 cursos de formació per aturats i professionals que ha posat en marxa Barcelona Activa. A la vegada, les noves ocupacions, els sectors econòmics emergents, les competències clau i les darreres eines per trobar feina i millorar professionalment han arribat a 90.361 participants a través de Porta22, l'Espai de les Noves Ocupacions, que en només 3 anys s'ha convertit en l'espai d'orientació professional i les noves tendències del treball de referència a Europa.



## Promoció de la iniciativa em prenedora

39.260 usuaris atesos

620 activitats programades

1.182 projectes empresarials  
assessorats

- Desenvolupament de noves eines virtuals: **Test-Idea, Pla d'Empresa On Line v2 i Test de Competències per Emprendre**
- **Paritat de gènere: 47%** de participants han estat dones
- **60% dels projectes acompanyats esdevé empresa dins d'1 any**

## Consolidació de noves empreses

9.273 participants de més de 3.000  
empreses diferents

301 empreses acompanyades per créixer

122 empreses instal·lades als entorns  
d'innovació (74 al Viver i 48 al Parc  
Tecnològic)

525 membres de la Xarxactiva  
d'empreses

- **Ponts d'Innovació i Emprendors a la Xina, Suècia, Finlàndia i Boston**
- **Un model d'incubació d'èxit: el 84%** de les empreses 'incubades' al Viver continuen actives al quart any en funcionament (el doble de la mitjana nacional)
- La transformació del Fòrum Nord en el Parc Tecnològic Barcelona Nord compta amb la presència destacada del **Director d'Innovació de la Comissió Europea, David White.**

## Noves oportunitats d'ocupació

36.170 usuaris a Porta 22

341 activitats realitzades

- **La plataforma de continguts de Porta22 ofereix més de 700 perfils ocupacionals descrits i tractats, i 13 sectors econòmics identificats i analitzats**
- Posada en marxa de la **Xarxa de Coneixement**, integrada per entitats referents en l'àmbit laboral, acadèmic i econòmic, que ha permès actualitzar 500 de les 700 fitxes ocupacionals de Porta22
- **Projecte de vida professional: per orientar professionalment estudiants de 4rt d'ESO**



## Accés, inclusió i millora de l'ocupació

17.292 participants

- Prop d'un 80% d'índex d'inserció laboral dels alumnes dels programes experiencials escoles-taller i cases d'oficis

1.146 contractats en programes formació-treball

- Programes a mida per a col·lectius amb dificultats d'accés al mercat laboral o per sectors, i programes d'inclusió per a col·lectius amb necessitats

1.100 empreses col·laboradores

- Programes per facilitar la incorporació de dones en sectors on hi ha subrepresentació femenina, com el taxi, l'autobús o les telecomunicacions

## Formació i millora competencial

150 accions formatives

- + 70% d'índex d'inserció laboral dels alumnes de formació ocupacional

2.379 alumnes

- 351 empreses col·laboradores per a la realització de pràctiques
- Especialització de la formació en sectors estratègics, com les noves tecnologies i els serveis a les persones

## Divulgació i capacitació tecnològica

50.629 usuaris al Cibernàrium

- Increment en la varietat i actualització de continguts de l'oferta de capacitació tecnològica, arribant a les 2.460 càpsules i tallers

25.478 participants en els seminaris i tallers

- Desenvolupament del projecte de cooperació internacional @lis "Cibernàrium: entorns pedagògics per a la divulgació i capacitació digital"

## Promoció de la innovació

Ampliació i diversificació de les accions de la línia de promoció de la innovació:

- Posada en marxa de la web **Barcelona Innova**
- Coorganització d'esdeveniments internacionals, com l'*European Venture Contest* o l'*eChallenges 2006*
- Conferència del director del centre per a emprenedors del MIT, Ken Morse
- Tallers per a pimes "Innovar per créixer"
- Producció del programa de televisió Barcelona Innova
- Seminaris +i+B
- Llibre "Pensat a Barcelona"

8

Institut Municipal  
de Mercats de  
Barcelona (IMMB)

El mercats municipals, remodelats en les seves infraestructures i serveis, ocupen una posició líder en la provisió de l'alimentació fresca dels ciutadans de Barcelona i desenvolupen un paper clau en la dinamització econòmica i social del seu entorn, que influeix de manera determinant en la configuració de la nova Barcelona

La responsabilitat social dels mercats s'amplia en els àmbits educatiu, de la salut, de la solidaritat i del medi ambient.

Al llarg del mandat 2003-2007, l'objectiu de l'IMMB, gestor de la xarxa de 46 mercats municipals, ha estat impulsar aquest nou model de mercat en concertació amb els comerciants i al servei de la transformació de la ciutat.

## 1. Nous mercats per a la ciutat

El desenvolupament de les obres de remodelació del Mercat de la Barceloneta han centrat les actuacions de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB) durant el 2006. Però també l'inici de les obres del mercat de Sarrí i la construcció del mercat provisional de la Llibertat. El tercer any d'implantació del Pla d'Actuació Municipal (PAM) 2004-2007 ha permès també iniciar els tràmits per a construir el mercat provisional del Guinardó, mentre es construeix el nou. Dotat amb prop de 50 milions d'euros, el PAM estableix com a objectiu la modernització dels mercats de la ciutat per a posar-los al dia en funció de les necessitats dels ciutadans. A tot això, s'han de sumar les actuacions realitzades dins el pla de millores, més de 60, amb una inversió de més de 750.000 €.

Les reformes que s'han efectuat han servit per crear un nou mix comercial i dotar els mercats de nous serveis, infraestructures i logística, com ara el transport a domicili, les noves tecnologies o el pagament amb tarja client, entre d'altres.

- **La Barceloneta:** L'any 2005 es va presentar el projecte de remodelació del mercat i es van començar unes obres signades per l'arquitecte Josep Mias, deixeble del prestigiós Enric Miralles. Un dels aspectes més innovadors del nou mercat és que generarà energia solar, on s'instal·laran 180 plaques fotovoltaïques a la coberta que produiran 30 kw per hora. L'any 2006 s'han acabat de desenvolupar les obres. Una vegada finalitzat el mercat, aquest tindrà 36 establiments comercials, 27 de producte fresc i 6 parades especials, comptarà amb dues zones de restauració i un autoservei, així com unes importants instal·lacions logístiques i de serveis. Es preveu que sigui inaugurat el primer trimestre del 2007.



- **La Llibertat:** Durant 2006 s'ha redactat el projecte executiu del nou mercat i s'ha construït el mercat provisional per tal que els comerciants es traslladin al febrer de 2007 i donar inici a les obres del nou mercat
- **Sarrià:** L'any 2006 s'ha portat a terme la part més important de les obres de remodelació integral de l'edifici i les instal·lacions i una part important de la sala de vendes que incorporarà noves ofertes orientades a la degustació, així com la construcció d'un aparcament que facilitarà l'accés dels clients al mercat. Aquesta actuació, que s'ha fet amb només el tancament de 40 dies de l'activitat comercial, estarà enllestida l'estiu de 2007.
- **Guinardó:** S'ha avançat en l'acord amb els comerciants per al trasllat del mercat, al mateix temps que es redactava el projecte del mercat provisional que es començarà a construir durant el segon trimestre de 2007.



## 2. Pla de Millores

Aquest programa ha estat creat en aquest mandat, està dotat amb fons de nova creació nodrit amb part de les aportacions dels comerciants a l'Ajuntament. El 2006 ha inclòs més de 60 actuacions en un total de 22 mercats de la ciutat, fet que suposa una inversió de més de 700.000€. Les millores que s'han dut a terme estan dirigides tant als clients dels mercats com als seus treballadors.

Les principals obres de millora realitzades durant 2006 han estat les següents:

- **Horta:** Adequació finestrals, remodelació cambres frigorífiques 2<sup>a</sup> Fase.
- **Carmel:** Obres de construcció recinte muntacàrregues i instal·lació muntacàrregues, canvi d'ubicació condensadora cambra frigorífica, reparació jàsseres rampa d'accés.
- **Provençals:** Reparació formigó forjat aparcament.
- **Abaceria:** Obres modificació vorera i col·locació de fitons.
- **Núria:** Adequació zona brossa.
- **Fort Pienc:** Ampliació sistema climatització, modificació de la xarxa desguassos.
- **Trinitat:** Adequació magatzems per arxiu.
- **Concepció:** Instal·lació de 14 papereres, polit i abrillantat del paviment.
- **St. Gervasi:** Nova escomesa d'aigua.
- **Clot:** Renovació de les dues portes automàtiques de la Plaça del Mercat, reparació de la tremuja.
- **Sants:** Substitució enllumenat cambres frigorífiques.
- **Ninot:** Substitució plaques fibrociment coberta.
- **Vall d'Hebron:** Reparació jàsseres.

- **Boqueria:** Reparació paviment zona peix, substitució bateria condensadora.
- **St. Martí:** Substitució cabina muntacàrregues.
- **Fira de Bellcaire:** Construcció gual c/ Dos de maig.
- **Hostafrancs:** Construcció passarel·la cambra brossa, instal·lació bateria condensadora.
- **Galvany:** Canalització de les aigües pluvials.
- **Marina:** Modificació rètol mercat.
- **Besòs:** Canvi fusteria metàl·lica direcció mercat.
- **Varis:** Adequació a norma dels muntacàrregues 1ª Fase.

Al mateix temps es realitzen actuacions constants de manteniment. Concretament, el nombre d'intervencions ha estat el següent:

---

Obra civil	221 intervencions
Elevadors i muntacàrregues	370 intervencions
Instal·lacions elèctriques	200 intervencions
Cambres frigorífiques	248 intervencions
Permisos d'obres	154 intervencions

---

### 3. Promoció i comunicació

L'Institut s'ha dotat d'un Pla de Comunicació propi, l'objectiu del qual és planificar les accions de comunicació i promoció de la xarxa de mercats amb l'objectiu de promoure un major coneixement i ús dels mercats entre els ciutadans, posar en valor els seus actius i donar a conèixer la intervenció que l'Ajuntament de Barcelona hi realitza en matèria d'inversions, millores i promoció.

#### Accions

- Reforma integral del Mercat de la Barceloneta
- Rehabilitació del Mercat de Sarrià



- Construcció d'un mercat provisional de la Llibertat
- Acord per a la remodelació del Mercat de les Corts
- Acord sobre el trasllat del Mercat del Guinardó mentre es rehabilita
- Inversió en millores als mercats (Pla de Millores)
- Llançament de la campanya de promoció comercial Els mercats es mouen. Véns? (a la televisió, la ràdio, la premsa, als busos, al metro i al carrer)
- Extensió del servei de transport a domicili (Clot i Sants)
- Promoció dels productes autòctons als mercats municipals
- Campanya educativa Menjo sa perquè menjo de mercat
- Tancament de la campanya per a estudiants de secundària Coneguem el mercat i els seus productes
- Conveni amb el Banc d'Aliments
- Acord de col·laboració amb els Mossos d'Esquadra
- 3a Setmana Europea contra el Càncer
- Campanya Bossa Solidària
- Festival solidari DJs contra la Fam al Mercat de Sant Antoni
- Carnaval als Mercats (Dijous Gras i concurs Pebrot d'Or i Mary Santpere)





- Nadal i Reis als Mercats (bústies reials a tots els mercats)
- 2n any de Mercat Medieval a Santa Caterina
- Mercat Modernista a la Concepció
- Any de la Gastronomia als Mercats municipals de Barcelona:
  - Cuines de Catalunya (la Cuina del Bages i els Calçots de Valls)
  - Cuina al Mercat (Carles Gaig a Galvany)
  - Gerard Quintana tanca l'Any de la Gastronomia a Santa Caterina
- EMPORION
  - Fundació a Barcelona
  - Reunions de treball a Londres i Budapest
  - Presentació davant les institucions europees a Brussel·les
- Conveni entre l'IMMB i la UPC
- Participació de l'IMMB en el programa EWSEMS (projecte Sòcrates de la UE) sobre arquitectura i mercats, a Istanbul
- Visites d'estudiants ERASMUS als mercats
- Participació en l'Any del Comerç
- Nova campanya per a modernitzar els comerços dels mercats (inclosa l'adaptació dels cartells al català)
- Assessorament a l'Ajuntament de Sant Cugat en la rehabilitació del Mercat de San Pere
- Realització de dues exposicions: 'Fem mercats, fem Barcelona' i 'El treball als mercats'
- Edició de l'Infomercats i l'Infomercats Digital, la revista de reflexió i anàlisi La Plaça i elaboració d'una pàgina setmanal al diari AVUI
- Altres col·laboracions en el calendari socio-cultural de la ciutat i iniciatives de les associacions de comerciants (Mostra de Mercats de Nou Barris, participació en festes majors, Sant Joan, Sant Jordi...).

#### Total parades dels mercats de Barcelona

---

Establiments 3.613

Superfície planta comercial 109.324 m<sup>2</sup>

Superfície total construïda 206.769 m<sup>2</sup>

---



#### 4. Millora de la competitivitat

- **Òmnibus municipal:** augmenta el nombre de consumidors i el grau de satisfacció

L'estudi encarregat per l'IMMB a l'Òmnibus de tardor, sobre l'ús dels mercats de Barcelona revela que, en comparació amb els anys 2004 i 2005, ha augmentat el nombre de ciutadans que compra als mercats municipals de la ciutat.

També destaca l'augment dels joves que utilitzen aquests equipaments, i un augment del grau de satisfacció de la població pel que fa als mercats. Davant la pregunta de si solen anar a comprar als mercats, un 61,5% dels enquestats afirma que sí, un resultat que suposa un augment del 1,5% respecte l'any 2005 i un 7% respecte al 2004. Més de la meitat dels enquestats d'entre 25 i 34 anys acostumen a fer les seves compres al mercat.

- **Rejoventament dels operadors**

El rejuveniment dels operadors suposa un impuls a una de les variables més sensibles per a la continuïtat competitiva dels mercats, el relleu generacional.



Any 2006	Núm. Expedients	Edat mitjana Cedent	Edat mitjana Cessionari	Diferencial
Traspassos intervius	392	52,8	40,5	-12,4
Cessions pares fills	61	67,0	40,3	-26,7
cessions entre cònjuges	11	52,2	48,2	-4,0
traspassos mortis causa	11	67,4	45,1	-22,3



## 5. Relacions públiques i visites organitzades

L'IMMB ha organitzat visites guiades als mercats per a grups tècnics d'altres municipis i turístics nacionals i internacionals. També ha concedit regularment permisos per fer filmacions, connexions radiofòniques i sessions fotogràfiques (per a estudiants, empreses d'àudiovisuals, productores i mitjans de comunicació) i ha autoritzat empreses privades a realitzar campanyes promocionals als mercats d'acord amb l'Ordenança de Mercats.

---

Permisos de filmacions i fotografies	352
Visites d'alumnes de primària i secundària als mercats:	91
Total alumnes	1966

---



## 6. Actuacions exteriors i assessoraments

### • Mercat de Molins de Rei

Conveni signat l'1 d'abril de 2004 per a la realització de les següents tasques:

Continuar l'assessorament comercial a l'Ajuntament de Molins de Rei.

### • Mercat de Sant Joan a Vilassar de Mar

Renovació del contracte per a executar les línies bàsiques establertes a l'estudi realitzat per l'IMMB al 2005, i realitzar la remodelació del Mercat de Sant Joan, signat amb data 15 de desembre de 2006 i que implica una relació de 30 mesos fins al lliurament previst del procés de remodelació.

### • Praza do Mercado d'Abastos, Santiago de Compostela

Conveni de col·laboració per l'assessorament durant 1 any, signat el 24 de maig de 2005, treballs complerts el 31 de desembre de 2006.

### • Mercat Municipal de Berga

Elaboració d'un estudi de caràcter comercial que hauria d'inspirar la futura remodelació del Mercat. Actualment en fase d'elaboració, lliurament previst dels treballs: 10 de març de 2007.

### • Mercat Municipal de Plaça Gran (Matarò)

Elaboració d'un conjunt de propostes per reordenar i remodelar aquest Mercat que pel seu caràcter mínim i alhora monumental són descrites en un dossier d'assessorament a l'Ajuntament i l'arquitecte dissenyador del projecte.

### • Mercat Municipal de Pere San (Sant Cugat)

Elaboració de un conjunt de treballs encaminats ha poder aplicar les recomanacions establertes per l'estudi realitzat per l'empresa Barcelona Economia.

### • Mercats Municipals de Lleida

Acord de col·laboració entre l'IMMB i l'Institut

Municipal dels Mercats de Lleida per assessorament comercial durant el període 2006.

- **Mercats Municipals de Gavà**

Elaboració d'un estudi de caràcter comercial que hauria d'inspirar la futura remodelació dels mercats de la població. Actualment en fase d'elaboració, lliurament previst dels treballs : segon trimestre de 2007.

- **Mercats Municipals d'Esplugues**

Renovació del contracte per executar les línies bàsiques establertes a l'estudi realitzat per l'IMMB al 2005, i realitzar les remodelació dels mercats de La Plana i Can Vidalet, i que implica una relació de 30 mesos fins al lliurament previst del procés de remodelació.

- Adjudicació de l'autoservei del nou mercat de la Barceloneta a la cadena de distribució Caprabo, i dels dos restaurants del mateix mercat, al grup Husa i restaurant Lluçanès respectivament.

- Creació i adjudicació dels magatzems de nova creació al mercat remodelat de la Barceloneta.

- Ampliacions de denominació. Concretament s'ha tramitat un total de 32 expedients, per a incorporar la venda de plats cuinats i precuinats, o altres activitats a establiments de diferents mercats. El cas més significatiu és el del mercat de Sarrià que fruit de la reordenació comercial que ha suposat la remodelació d'aquest mercat, alguns establiments han reorientat aquestes ampliacions de denominació oferint els seus productes en forma de degustació en el propi establiment.

## 8. Estudis i actuacions comercials de mercats

- **Mercat de la Guineueta:** Elaboració de l'estudi de caràcter comercial que haurà d'inspirar la futura remodelació del mercat, presentat el juliol de 2006 i previst pel període 2008-2010.

- **Mercat de les Corts:** Elaboració de l'estudi de caràcter comercial que haurà d'inspirar la futura remodelació parcial del mercat; el seu inici està previst per l'estiu de 2007.

- Realització i actualització constant dels estudis comparatius de fluxos de públic als mercats.

## 9. Resultat econòmic de l'exercici

Les magnituds econòmiques i financeres del Balanç que presenta l'IMMB, al tancament de l'exercici 2006, ofereixen un comportament certament positiu i equilibrat respecte dels exercicis anteriors. El resultat de l'exercici és de 65 milers d'euros.

Alguns dels indicadors més significatius es recullen en el quadre següent:

Indicadors generals del nivell d'activitat	2003	2004	2005	2006
Plantilla mitjana	72	72	72	72
Inversió (milers d'euros)	5.025	6.506	6.554	10.169
Pròpia	28	45	111	103
Per compte de l'Ajuntament	4.997	5.461	6.443	10.066
Resultat comptable (milers d'euros)	306	1	66	44
Cash-flow (milers d'euros)	733	1.008	285	235



## Organigrama Sector de Promoció Econòmica

- **2n Tinent d'alcalde i president de la Comissió de Promoció Econòmica, Ocupació i Innovació:**

Im. Sr. Jordi Portabella Calvete

- **Regidora ponent d'Ocupació i Innovació:**

Ima. Sra. Maravillas Rojo Torrecilla

- **Regidor ponent de Ciutat del Coneixement:**

Im. Sr. Jaume Oliveres Maristany

- **Gerent del Sector de Promoció Econòmica:**

Sr. Mario Rubert Català

- **Director de Serveis de Comerç i Consum:**

Sr. Albert González Orduña

- **Director de Serveis de Promoció de l'Activitat Econòmica Exterior:**

Sr. Mario Rubert Català

- **Director de Serveis de Promoció de l'Activitat Econòmica Interior:**

Sr. Miquel Mateu Ballesté

- **Directora del Servei d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació:**

Sra. Àngels Santigosa Copete

- **Directora de Serveis de Promoció de Turisme i Qualitat de Vida:**

Sra. Joana Homs Ros

- **Assessor tècnic de Ciutat del Coneixement:**

Sr. Manel Loodsveldt

- **Cap de l'Oficina Municipal d'Informació al Consumidor (OMIC):**

Sr. Lluís Álvarez Díaz

- **Secretària de la Junta Arbitral de Consum:**

Sra. Pilar Riera Sorolla

- **Cap d'Administració i Personal:**

Sra. Maria Josepa Roca Roig

- **Cap de Comunicació i Qualitat:**

Sr. Agustí Esteve Pardo

- **Empreses i Instituts Autònoms adscrits al**

- **Sector de Promoció Econòmica:**

- **Barcelona Activa, SA SPM:**

Presidenta Sra. Maravillas Rojo Torrecilla

Dir. Gral. Elisabeth Monfort

- **Institut Municipal de Mercats (IMMB):**

President Sr. Jordi Portabella Calvete

Gerent Sr. Jordi Torrades Aladren

- **Edició:**

Ajuntament de Barcelona. Sector de Promoció Econòmica

- **Coordinació:**

Àngels Santigosa

- **Fotografies:**

Sector Promoció Econòmica

- **Disseny gràfic:**

Dockland Comunicació

- **Impressió:**

- **Dipòsit legal:**